المجتمع الإلكتروني

ورهانات التنمية في الوطن العربي

تنسيق وتحرير : د. مي العبدالله د. هيثم قطب







المجتمع الإلكتروني ورهانات التنمية في الوطن العربي

تحرير

الدكتورة مي العبدالله الدكتور هيثم قطب

الملتقى الثاني للرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال

28توفمبر -تشرين الثاني \ 2015 بيروت27



تقديم

تأسست الرابطة في في نيسان 2014، وعقدت ملتقاها الآول للرابطة تحت عنوان "نحو رؤية نقدية للتجربة البحثية في علوم الاتصال في العالم العربي" في نفس الوقت من السنة الماضية بمشاركة عدد من الزملاء الباحثين من مختلف الجامعات العربية.

من أولويات الرابطة عقد جمعيات عمومية دورية لمتابعة أعمال التبادل والتنسيق البحثي العلمي. لذلك، نجتمع اليوم في الملتقى الثاني في نفس المكان حول عنوان "المجتمع الالكتروني ورهانات التنمية في الوطن العربي" الذي تم اقراره في ملتقانا الأول.

وقد ناقش الملتقى القضايا المرتبطة بهذا العنوان العريض في ست محاور و12 جلسة وختم بجمعية عمومية رسمت خطوط المستقبل وخرجت بالبيان الختامي الثاني. قد استضاف الملتقى مثل السنة الماضية رئيس كرسي اليونسكو لعلوم الاعلام والاتصال البروفسور برتران كابدوش الذي تناول بالتحليل اهم تاثيرات الوسائل الرقمية على التغيرات المجتمعية.

هدف هذا الملتقى أولا إلى الاجتماع لتنسيق جهود الباحثين ورسم خارطة الطريق، وثانيا إلى التساؤل حول الرهانات التنموية لوسائل الاتصال الإلكترونية، خاصة عندما تتحول هذه الوسائل الى فضاء خصب لترويج الشائعات ونقل المعلومات غير الأكيدة التي لا تستند على مصادر موثوقة، ومن جهة ثانية الى مجال للفضح وكشف أسرار الناس والتشهير بهم والإساءة اليهم، أوالى فرصة لتصفية الحسابات الشخصية بين الأفراد والجماعات، أوالى ساحة لاثارة النعرات القبلية وإشعال الفتن الطائفية بين أبناء المجتمع

الواحد...أوالى صناعة عزلة أسرية وقطيعة اجتماعية ساهمت بدورها في إذابة العلاقات الحميمية والطرق التربوية التقليدية...

أضف الى هذه الرهانات كل ما تتعرض له وسائل الاتصال الحديثة من مراقبة ورصد وقرصنة للكثير من المواقع والمدونات الالكترونية نتيجة إصرار الدول على احكام قبضتها على شعوبها بدعوى تهديد الامن القومي ونشر معلومات مناهضة للحكومات وغيرها...

لذلك فمن أهم أهداف المؤتمر كان التأكيد على ضرورة تضافر جميع الجهود الفردية والمجتمعية نحو نشر ثقافة الوعي بالمسؤولية والمحاسبة تجاه استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية حتى نراهن عليها في صناعة التغير المجتمعي الايجابي والتنمية المنشودة.

كلمة معالي وزير الاتصالات بطرس حرب

شهد العالم نشوء وتطور تكنولوجيات كثيرة عبر الاجيال، انطلاقا من الحاجة التي هي في أساس كل الاختراعات. بدءا بالحاجة الى التنقل (سيارات وطائرات وقطارات وسفن)، مرورا بالحاجة الى الرفاهية (تلفزيون، راديو، سينما، وادوات منزلية) ثم الحاجة الدائمة الى مزيد من الوقت، وكذلك الحاجة الى الاتصال والتواصل. هذه الحاجة هي منذ قدم التاريخ، بدءا من الفينيقيين عبر التبادل التجاري، ثم أضحت حاجة أكثر ضرورية للتواصل عبر الحمام الزاجل، الى ان تم تطور الى الهاتف الثابت، ومن بعده التلكس ثم اللاسلكي والفاكس، مرورا بالهاتف النقال، وأخيرا شبكة الانترنت. وربما كان اختراع مثل هذه الشبكة يعود الى حاجة لحماية معلومات أساسية، ولكنه تطور بفضل اجتهاد الاكاديميين والباحثين

اصحاب العلم والابحاث الذين رأوا فيه فائدة للمشاركة في اعمالهم واكتشافتهم عبر الشبكة. وفي الستينات من القرن الفائت انضم اليهم الجامعيين، واصبحت هذه الشبكة تتغذى بمعلومات لمدة ثلاثين سنة. وفي التسعينيات، دخل اخيرا الانترنت الى حياة الناس وبات اليوم، أي بعد حوالي ربع قرن فقط ركن من اركان مجتمعنا الحالي، ولم يعد ابدا من الكماليات بل اصبح حقا من حقوق الانسان وحاجة حيوية لا غنى عنها في كافة المجالات.

وما يعنينا اليوم بالتحديد، هو دور الانترنت في مجال التربية والتعليم والابحاث. ولا بد هنا من الاشادة بدور الجامعة اللبنانية الرائد منذ نهاية الخمسينيات في تعميم العلم والمعرفة، وخلق نخبة من الاكاديميين والمتفوقين الذين أغنوا لبنان الحديث. وهي ساهمت وتساهم أيضا في التطور التكنولوجي، عبر كلياتها الهندسية والعلمية وأبحاثها، في التقليل من حجم "الفجوة الرقمية" التي باعدت بين الدول الغنية والدول الفقيرة، التي لم يتسن لها مواكبة التطور التكنولوجي واللحاق بركب الانجازات التي حققتها الدول الصناعية المتقدمة بفضل طاقاتها العلمية وامكانياتها المادية.

ومما لا شك فيه أن حسنات وايجابيات شبكة الانترنت لا تعد ولا تحصى، الا انها ترتب علينا مسؤوليات كبيرة:

أولا، مسؤولية الحكومات والقطاع الخاص في توفير امكانات الاستفادة لكل الناس بصرف النظر عن ثروتهم او وضعهم الاجتماعي، لأن الانترنت أصبحت عمليا في متناول جميع الناس وبالتساوي، وليس فقط لأفراد او قطاعات معينة. ان مسؤوليتنا بالتالي هي من جهة حماية المعلومات، وفي الوقت عينه الوقاية من أمور وأفعال غير مستحبة، وبالأخص في مجال الأمن والأمان. ومن جهة أخرى، تقع علينا مسؤولية نشر المعلومات المفيدة لتوعية المواطن في عدد من المجالات العلمية والمعرفية والثقافية

والاجتماعية والصحية والبيئية. ونسوق في هذا المجال، على سبيل المثال، موضوع الساعة اي مشكلة النفايات وكيفية مساهمة المواطن في العمل على فرزها من المصدر.

ان الانترنت، والتكنولوجيا بشكل عام، قد غيرت وجه العالم، وغيرت علاقاتنا بالقيم التقليدية، مثل علاقتنا بالمال والاثراء. فاليوم، بامكان اي مواطن اذا توفرت لديه الافكار الجيدة ووسائل المادية لتحقيقها ان يصبح غنيا بمجرد ان يكون وجد "التطبيقة" الناجحة، والتي تلبي حاجة يومية للمواطنين.

ان التكنولوجيا لعبت، وتلعب دورا هاما ومؤثرا في مجتمعاتنا الحديثة، فقد أدخلت تعديلات جذرية عليها. ان ما يتم عرضه اليوم على الانترنت يصبح فورا منتجا او سلعة تغزو أسواق العالم. كما ان الانترنت ساهمت في عملية التغيير في عالمنا العربي، وشكلت وسيلة هامة لنشر الفكر السياسي، وعامل مساعد في قيام ثورات وانتفاضات شعبية من اجل الحرية واستعادة الحقوق والكرامة.

ان جيلنا قاربها بخفر، ولكن أولادنا، وأحفادنا، وطلابكم وجامعييكم قد غاصوا عميقا في هذا العالم، الذي أصبح جزءا أساسيا من حياتهم اليومية. وفي الوقت عينه، أحدثت التكنولوجيا زلزالا في العالم المهني، واحدثت تحولات عميقة في معظم المهن "التقليدية"، في الصحافة وفي الصناعة المرئي والمسموع، وفي تحميل الموسيقى والمنتجات الفنية والادبية، وبطبيعة الحال في المجال التربوي. وها نحن المجتمعون اليوم في هذا الملتقى، العاملين في المجال التربوي في الجامعة اللبنانية وفي مختلف الدول العربية، ندرك جيدا أهمية هذا التحدي العلمي.

ومن موقعي كوزير للاتصالات، أدركت جيدا هذه التحديات، باشرت فورا مع فريق عملي:

ان طموحي هو ايصال "برود باند" الى المدن عبر الألياف الضوئية الى بيوت اللبنانيين، أي المعروفة بال Fiber to the home – FTTH و FTTC التي تمكن القرى النائية من الاستفادة من الانترنت عبر ايصال شبكة الألياف الضوئية الى أقرب مسافة ممكنة من منازلهم. ان هذه التقنية تمكننا من تأمين أفضل الخدمات والسرعات بكلفة متدنية.

كما تهدف الخطة الى ايصال خدمة ال 4G الخليوي الى كافة المشتركين في منتصف عام 2017. وقد بدأت الوزارة بورشة العمل والتنفيذ فورا منذ اعلان الخطة في الأول من تموز الماضي. وتقوم شركتا الخليوي "تاتش" و"ألفا" بالعمل على تجهيز كل ما يلزم من معدات على الارض سواء لل 4G او لل FTTH وتثبيت مواقع بث وارسال نموذجية بحسب جداول الخطة المرسومة. ولا أخفي عليكم ان اقرار هذه الخطة قد واجه عقبات ومطبات وأفخاخ، منها اداري ومنها قانوني ومنها مالي وآخر تقني. وقد تم تجاوزها معظمها بفضل فريق عمل متسلح بارادة حديدية، ومتفان وواعي لحجم المسؤولية والتحدي.

ومنذ ان تم وضع هذه الخطة آليت على نفسي ان اعمل وأسعى بكل جهودي لايصالها الى خواتيمها السعيدة لكي نتمكن من توفير فرص جدية لشبابنا، الذين تضعون انتم كل طاقاتكم ومعرفتكم لتزويدهم بالعلم والمعرفة ومنحهم الشهادات. ان هذه الخطة تهدف ايضا الى تحويل لبنان الى بلد "منتج" للثروات التكنولوجية بدل من "مستهلك" لها.

بعض المنتقدين يقرون بأن الخطة مهمة وطموحة، ولكن الوضع السياسي الحالي بشكل خاص ووضع المنطقة بشكل عام لا يوفر الظروف الملائمة لتطبيقها. وهذا بطبيعة الحال صحيح الى حد كبير، ولكن هل المطلوب الانتظار، وانتظار ماذا؟؟

ان الخطة وضعت بفضل جهود كل العاملين في الوزارة وتم تمويلها، من عائدات الوزارة نفسها من تكبيد خزينة الدولة اية اعباء مالية اضافية. كفانا انتظار، وآن لنا ان نتطلع الى الامام وان يستعيد لبنان مكانته كبلد مقدام وخلاق مستفيدا من طاقاته وطاقات الشباب.

<u>مجتمع المعلومات في الجزائر –تحديات الواقع ورهانات التنمية المستدامة</u>

د. دبيش فاتح– رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات **جامعة قالمة الجزائر**

الملخص:

مجتمع المعلومات مفهوم جديد لم يتبلور تماما في الوعي العالمي الجديد للعديد من الباحثين في مختلف القارات ، رغم الخطوات المتسارعة للدول المتقدمة في النفاذ الى هذا المجتمع من خلال إنشاء بنية تحتية تقوم اساسا على شبكات وبنوك المعلومات التي اصبحت رمز المجتمع ، زيادة صناعة المعلومات في البناء الصناعي وتغيير القيم الإنسانية وتحوله من التركيز على الاستهلاك المادي الى الإنجاز المتعلق بتحقيق الأهداف.

والجزائر كبلد نامي يخطو خطواته الأولى نحو مجتمع المعلومات تحتاج الى رصد جميع الإحصاءات المتعلقة بمجتمع المعلومات لاستخدامها فيما يتصل بتوجيه السياسات من خلال استحداث مرصد وطني لمجتمع المعلومات كمؤسسة اجتماعية تقنية تهدف الى إيجاد مؤشرات وتتبع تطورات النفاذ الى تكنولوجيا المعلومات عبر مراحل مختلفة.

نهدف من خلال هذه الورقة البحثية الى التطرق الى اهم المراحل والخطوات التي اتبعتها الجزائر في سبيل النفاذ الى هذه التكنولوجيا وإعطاء لمحة عن اهم الحلول المقترحة لإرساء مجتمع المعلومات فيها.

الكلمات المفتاحية: مجتمع المعلومات، تكنولوجيا الاتصال، الجزائر الإلكترونية.

Abstract:

Information society concept of new does not crystallize stark in the worldwide new consciousness for many the researchers in the different continents, despite the accelerated steps for the advanced states in the penetration there to the society through establishing of infrastructure straightens essentially on information networks and banks which symbol became gathered, increase industry of the information in the industrial builder and change valuable humanitarian and converts him from the concentration on the physical depreciation to the related accomplishment in investigation the goals. The islands as developing country step steps him first towards information society observation of all related counts in society of the information for her needs to use while orientation of the politics through funded origination of patriot for society connects in the information as social organization technicality aims to creating of pointing and pursuit of developments permeative to information technology across different stages. This research paper to the reference to aim through the more important stages and the steps which followed her Algeria in way permeative to this technology and giving of glance about the more important solutions proposed for establishment of information society in her.

Information society, technology of the communication, Algeria ***:Key words***

electronic

مقدمة:

إن المجتمع الصناعي المبني على استغلال وتوزيع الطاقة كان مجتمع نمو ولكن مع انتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال كالحديثة فالطباعة الهاتف كالتلفاز ومؤخرا شبكة الإنترنيت.....ولدت مجتمع "الذكاء". وفي الستينات من القرن الماضي لاحظ المختصون ان القطاع الصناعي كان يواجه صعوبات ويفقد فيه العمال مناصبهم بينما قطاعات التربية، التعليم، الخدمات، البنوك، النقل، الخدمات الحية والتسلية والسياحة والإدارة العمومية بكل مستوياتها هي في اوج تطورها.

هذه الحقيقة الاقتصادية ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتشرت في بقية انحاء العالم. الانتقال من المرحلة الثانية الى الثالثة صحبة تغير اشتمل على طبيعة العمل نفسها، فالعمل المكتبي ازدادت اهميته على حساب العمل في المصانع.

مشكلة البحث:

نحن نشهد الآن تغيرا مدهشا لمحيطنا المعتاد تحت تأثير العولمة وتقنيات الإعلام والاتصال التي لم تعد تؤثر في انماط الإنتاج على وسائل التبادل والدفع فحسب بل حتى في السلوكيات الاجتماعية والثقافية. ولكن إذا كان مفهوم "مجتمع فالمعلومات يعرف انتشارا واسعا في البلدان المتقدمة فإن استعماله يظل محدودا في بلدان العالم الثالث ومنها الجزائر.

يحاول البحث الإجابة على السؤال الرئيسي ألتالي **ما هي حظوظ الجزائر في تكوين مجتمع معلومات قوي ومتكامل ؟**

للإجابة عن الإشكالية السابقة نقترح الخطة التالية:

اولا–نبذة تاريخية عن مجتمع المعلومات في الجزائر.

ثانيا–الجزائر والتكنولوجيات الحديثة للاتصال.

ثالثا-الحلول المقترحة لإرساء مجتمع المعلومات في الجزائر.

اولا-نبذة تاريخية عن مجتمع المعلومات في الجزائر:

1-1-مفاهيم عامة حول مجتمع المعلومات:

أ-مفهوم مجتمع المعلومات:

مصطلح جديد ظهر في النصف الثاني من القرن العشرين وواقع بدأت كثير من الدول تعيشه و أمل تسعى إليه كثير من الدول للانتفاع به، ويمكن إعطاء مجموعة من التعريفات له كما يلي:

"مجتمع المعلومات ليس مجرد مجموعة تطبيقات لتكنولوجيا المعلومات بل هو البنية الأساسية التي تتيح للمجتمع فرصة الانتقال او الاندماج في التطورات الحاصلة في التقدم الحضاري للألفية الجديدة. التي اساسها المعلومات كقوة اقتصادية استراتيجية اصبح لها اسواقها الحرة".[1]

"هو المجتمع الذي يمكن لجميع الأشخاص بدون تميز وعوائق من إنشاءه وتقاسم استخدام المعلومات والمعرفة لتحقيق التوارث الاقتصادي والاجتماعي والثقافي".[2]

من خلال ما سبق يمكن القول ان مجتمع المعلومات هو ذلك المجتمع الذي ينشغل معظم افراده ومؤسساته كل اختلاف ميولهم واحتياجاتهم وتخصصاتهم بإنتاج المعلومات بعد جمعها وخزنها وتحليلها وتقديمها الى المستفيد النهائي وفق استراتيجية الحث المطلوبة.

ب-خصائص مجتمع المعلومات:

هناك ثلاث خصائص رئيسية أساسية تتحكّم في مجتمع المعلومات :

1-**الخاصية الأولى** : استخدام المعلومات كمورد اقتصادي حيث تعمل المؤسسات والشركات على استغلال المعلومات والانتفاع بها في زيادة كفاءتها وهناك اتجاه متزايد نحو شركات المعلومات لتعمل على تحسين الاقتصاد الكلي للدولة .

2-**الخاصية الثانية** : هي الاستخدام المتناهي للمعلومات بين الجمهور العام . الناس يستخدمون المعلومات بشكل مكثّف في أنشطتهم كمستهلكين وهم يستخدمون المعلومات أيضا كمواطنين لممارسة حقوقهم ومسؤولياتهم ، فضلاً عن إنشاء نظم المعلومات التي توسع من إتاحة التعليم والثقافة لكافة أفراد المجتمع .

3-**الخاصية الثالثة** : هي ظهور قطاع المعلومات ، كقطاع مهم من قطاعات الاقتصاد. إذا كان الاقتصاديون يقسمون النشاط الاقتصادي تقليدياً إلى ثلاثة قطاعات هي :

الزراعة وهو ما كان يٌعرف بالمجتمع الزراعي المعتمد على الموارد الأولية الصناعة وهو كان يُعرف بالمجتمع الصناعي المعتمد على الطاقة المولدة مثل الكهرباء ، الغاز والطاقة النووية ثم الخدمات . علماء الاقتصاد والمعلومات يُضيفون إليها منذ الستينات من القرن الماضي قطاعاً رابعاً وهو قطاع المعلومات ، حيث أصبح إنتاج المعلومات ، وتجهيزها وتوزيعها (معالجتها) نشاطاً اقتصادياً رئيسياً في الكثير من الدول.

ج- ***عناصر مجتمع المعلومات***:[4] يتضمن مجتمع المعلومات مجموعة من العناصر التي تقوم بها القطاعات التالية:

- **الحكومة الإلكترونية** من الناحية التاريخية هي فكرة أثارتها الإدارة الأمريكية بهدف ربط مواطنيها بالأجهزة الحكومية آليا إضافة إلى انجازها لمختلف أنشطة الحكومة اعتمادا على شبكات الاتصال ، و يمكن تعريفها بأنها : "الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات و الاتصالات بهدف تسهيل العمليات الإدارية للقطاعات الحكومية " و ترتكز هذه الفكرة على :

- ✓ تجميع كافة الأنشطة و الخدمات معلوماتية في موقع الحكومة الرسمي على شبكات الانترنت.
- ✓ تحقيق الاتصال الدائم بالجمهور مع القدرة على تامين كافة احتياجات المواطنين
- ✓ تحقيق سرعة و فعالية في الربط و التنسيق بين مختلف الدوائر الحكومية ذاتها ولكل منها على حدا.

- **التجارة الإلكترونية** "وهي العمليات المتمثلة في بيع و شراء وتسويق و تقديم الخدمات الخاصة بالسلع أو الخدمات عبر العديد من شبكات الحاسب الآلي كالإنترنت و الانترانت و الاكسترانت لمساندة كل خطوة من الخطوات التجارة العالمية
- **التعليم الالكتروني** :و يمثل شكلا من أشكال التعليم عن بعد و يعرف بأنه: "طريقة لتعليم باستخدام آليات الاتصال الحديثة كالحاسوب أو الشبكات و الوسائط المتعددة "
- **الصحة الالكترونية** : و هي مفهوم حديث تعكس كيفية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في مجال الخدمات الصحية سواء إذا ما تعلق الأمر بالكشف أو التدريب الطبي أو التعليم المتواصل في المجال الصحي و كما يشمل أيضا على الأبحاث الطبية بهدف إنشاء الأنظمة المعلوماتية للرعاية الصحية.
- **التوظيف الالكتروني** و هي خدمة شبكية تستخدم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المتاحة من طرف المؤسسة لطرح الوظائف الشاغرة المتوفرة لديهم بهدف استقطاب مواهب و كفاءات خارجية لاختيار مرشحين ملائمين .كما تسمح هذه الخاصية لمقدمي طلبات التوظيف بمتابعتها من خلال الزاوية المخصصة لهم في الموقع ، و هذه الخدمة تسهل للأفراد الحصول على فرص عمل و أعدادهم لتولي مناصب وظيفية تتلاءم مع مؤهلاتهم العلمية و باستخدامها يمكن توفير وسائل اللازمة لاستحداث فرص العمل و تحسين التنافسية و الإنتاجية.
- **البيئة الإلكترونية** وهي تلك الخدمات التي توقعها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض حماية البيئة من الأخطار المحدقة بها و حماية الأفراد و المجتمعات منها.
- **الزراعة الالكترونية** : و هي مجال حديث الظهور ضمن العلوم الزراعية و يشير المصطلح إلى تطوير الخدمات الزراعية من خلال دعم و تبادل المعلومات عبر شبكة الانترنت .

1-2- مجتمع المعلومات في الجزائر:

أ-نبذة تاريخية عن مجتمع المعلومات في الجزائر:

في السبعينات كانت الجزائر تحتل مكانة لائقة مقارنة بالبلدان المتقدمة فيما يتعلق بوسائل الاتصال 25% من ميزانية الدولة خصصت لإقامة هياكل للتكوين على كل المستويات ومنها في الإعلام الآلي ثم ادى انخفاض سعر البترول الى ازمة اقتصادية وضعف الاستثمار وبالتالي ضعف الشبكات.

وفي عام 1996 دق ناقوس الخطر وظهرت بإلحاح ضرورة التوجه نحو اللامركزية والخوصصة وتحرير الاقتصاد المنافسة واقتصاد السوق.

وشهد عام 1997 إعادة هيكلة حوالي مئة شركة عمومية اقتصاديه ومع ارتفاع سعر البترول في بداية الألفية وتحسن الوضع الأمني عرف الاقتصاد الوطني انتعاشا محسوسا ولكن تحقيق الإصلاحات عرف بطئا خاصة فيما يتعلق بتحرير التجارة ألخارجية عصرنه القطاع المصرفي تطوير النصوص القانونية وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.[5]

في افريل 2001 تمت المصادقة على مخطط الإنعاش الاقتصادي 2001-2004 بتمويل قدره 525 مليار دينار(7 ملايين دولار) مخصصة لتكاليف التجهيزات ومساعدات للمؤسسات.

قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال استفاد مباشرة من بعض الحصص في الميزانية منها في الهياكل القاعدية للاتصالات وبالتالي اربع حصص مقسمة كالتالي:

ثلاث مشاريع تحت مسؤولية وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وبتعلق الأمر ب:[6]

- إنشاء حظيرة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال بتكلفة قدرها 130 مليون دولار.
- تطوير خدمات البريد وترقيتها على المستوى الوطني بما قيمته 83 مليون دولار.
- برنامج توسيع الارتباطية الهاتفية في البلديات النائية بقيمة 83 مليون دولار.

المشروع الرابع تابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي وهو خاص بدعم وتطوير برامج البحث في مؤسسات التعليم العالي وخصص له 86 مليون دولار.

ب-إنشاء لجنة خاصة بمجتمع المعلومات:

تم إنشاء لجنة خاصة بمجتمع المعلومات في 9 ماي 2001 تتكون من شخص ممثلون عن الوزارات والهيئات العمومية وأعضاء من الدواوين الوزارية وأساتذة ومانحي خدمات انترنيت لتقديم تقرير حول الرهانات التي يطرحها مجتمع المعلومات والشروط اللازم توفرها لتحقيقه وقد تم عرض التقرير في اكتوبر 2001، وهو يحلل النقائص القانونية التنظيمية البنكية والضريبية والاقتصادية التي تقف عائقا امام المبادرات ت الخاصة والعامة، امام تحقيق مجتمع متكامل للمعلومات.

ج-البنية التحتية لتكنولوجيات الاتصال في الجزائر:

1-شبكة الاتصالات العمومية:

إن شبكة الاتصالات تغطي معظم القطر ألجزائري, وهي تتشكل من عمود فقري متكون من مراكز هاتفيه مراكز تكثيف ومراكز لا سلكية.

- شبكة(VSAT): لقد سمح القمر الصناعي بصفته الأداة المفضلة في مجال الاتصالات والهاتفية بتطوير مختلف الخدمات المتخصصة ومنها خدمة (VSAT) الموجهة اساسا الى شبكات المؤسسات ويترجم هذا المصطلح الى الحجم المصغر لهوائيات المحطات النهائية المستعملة مما يعطيها مرونة كبيرة في التركيب والإنجاز.
- شبكة INMARSAT العالمية لاتصالات فقد تزودت الجزائر بمحطة عبور خاصة والتي تتكفل بحركة مرور النهاياتINMARSAT العاملة عبر التراب الوطني وعلى السفن، في الأصل كانت الشبكة تخص الخدمات البحرية المتنقلة ثم توسعت الى الخدمات الأرضية وتتشكل من 4 اقمار(ومساعديها) تغطي المناطق المحيطة الأربعة.
- شبكة الهاتف عدد المشتركين في الهاتف المحمول لشركة اتصالات الجزائر 000.15.800 مشترك وبالنسبة للهاتف الثابت تجهيزات المشتركين بلغت 2.5 مليون جهاز وعدد المشتركين 1.9 مليون

وتحوي الشبكة الهاتفية الثايتة 134 مركزا هاتفي, وبلغت الكثافة الهاتفية للهاتف الثابت في عام 2003 7.33 % .

وكعنصر مقارنة ، فإن الكثافة الهاتفية (للثابت والمحمول) بلغت عام 2003 في العالم العربي 14 %، بينما في العالم المتقدم فقد بلغت 95 % وفي الجزائر بالكاد تصل الى 12 %.[7]

2-شبكة الإنترنت في الجزائر:

يرد ذكر الإنترنت كثيرا في الأوساط الاقتصادية والتربوية ومختلف قطاعات النشاط ولكن يبقى استعماله فعليا محدودا الى حد ما, فحتى سنة 1998 كان احتكار معهد(CERIST) كاملا للدخول الى شبكة الإنترنت في الجزائر.

وفي اوت 1999 فتح الباب للخواص ليصبحوا "مانحي خدامات وحتى عام 2003 منحت 65 رخصة مانح خدمات على شبكة الإنترنت ولكن 15 منهم فقط يمارسون نشاطهم التسييري في الشبكة.[8]

إن السعة او التدفق الذي يوفره(CERIST) منخفض جدا مقارنة بالمعايير العالمية حيث ان كل مستعمل للإنترنت او مشترك فيه ، يعاني دائما بانتظام من البطء الناتج عن الاكتظاظ او عن رداءة الارتباط وهذا ناتج عن نوعية الشبكة الهاتفية التي لم تنتقل معظمها بعد الى الرقمية.

ثانيا-الجزائر والتكنولوجيات الحديثة للاتصال:

إن تسهيل إنشاء مجتمع المعلومات لا يتم إلا بتطوير الهياكل القاعدية للاتصالات وتشجيع توصيل اكبر عدد ممكن من المواطنين بشبكة الانترنت وتطوير المضامين والمحتويات المعروضة على الزبائن خاصة الخدمات المتخصصة والجوارية.

اما الأولوية فهي تشجيع الشركات على امتلاك هذه الأدوات الجديدة وإتباع انماط الحديثة في العمل لإنشاء منتجات وخدمات جديدة وخلق وتوسيع التجارة الإلكترونية.

إن تجربة البلدان التي نجحت في الانتقال نحو مجتمع المعلومات والنظام الاقتصادي الحديث ، تؤكد انه لا يوجد طريق اوحد وان كل استراتيجية وطنية يجب ان تكون متطابقة مع متطلبات البلد المعني وبشكل عام يمكن التمييز بين استراتيجيتين:

- ✓ نشر واسع وتوزيع كبير وعلى كل المستويات للتكنولوجيات الحديثة للاتصالات ، للحصول على اقصى النتائج من الناحية النمو الاقتصادي والتطور الاجتماعي.
- ✓ إنشاء قطب للكفاءات في ميدان التكنولوجيات الحديثة للاتصالات على المستوى الوطني ليكون قادرا على تلبية الحاجيات ألداخلية فيما يخص التكنولوجيات الحديثة للاتصالات ويكون قادرا على تصديرها.

إن إنشاء وتطوير قطب تنافسي لإنتاج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الجزائر لا يجب ان يكون هو الأولوية القصوى على المدى المتوسط بل يجب التركيز على تقديم امتيازات تنافسية مقارنة ببعض البلدان تهدف الى النوع نفسه من النشاط.

ولكن حتى اليوم فإن الجزائر لم تطبق إصلاحات كافية لإحداث التغيير المطلوب حتى تصبح قطبا جذابا للمستثمرين الأجانب يجب على الجزائر ان تحقق نقلة نوعية نحو اقتصاد السوق مع ان راس مال البورصة لا يتجاوز 350 مليون دولار اي 1% فقط من الدخل ألقومي بينما يمثل في مصر 36.85 % وفي المغرب 39 % وفي تونس 12.9 % وفي الأردن 72.2 %.[9]

لا يكفي إذا ان يكون هناك استيراد كبير لتجهيزات الإعلام الآلي والوسائل التكنولوجية ألحديثة ولكن الأمر يتعلق بالأحرى بوضع برنامج يشجع إدماج وامتلاك تكنولوجيات الإعلام والاتصال من طرف الشركات والإدارات ألجزائرية لتسهل ظهور طلب وطني تنافسي هذا يعني بالضرورة توفير مناخ سياسي ،

اقتصادي وتنظيم مصالح التطور ألاقتصادي وكذلك تحرير الاتصالات كما هو مقرر لعام 2005 والبداية تكون بتحسين العرض وذلك بالاستمرار في تحديث وعصرنه ميدان الاتصالات وإكمال التعديلات التشريعية والتنظيمية وهذا للتحكم بطريقة احسن في إجراءات طلبات العروض واحترام الرزنامات المقررة.

أضف الى ذلك تحسين وتطوير كل التجهيزات وآلات وتقنيات شبكة الهاتف الثابت والمحمول للوصول الى الكثافة الهاتفية المطلوبة تجاوز 7 % الى جانب مضاعفة الجانب التنافسي لزيادة استقطاب المستثمرين ، واستعمال الأدوات اللازمة والممكنة لاستقبال وتطوير الشركات الرائدة والمبتكرة وذات التكنولوجيا العالية.

كما ينتظر من هذا المشروع ان يطور هندسة الابتكار وان يخلق ظروف مساعدة لتوطين المؤسسات في ميدان تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

ثالثا-الحلول المقترحة لإرساء مجتمع المعلومات في الجزائر: [10]

أ-على المستوى المؤسساتي:

خلق مجتمع المعلومات والاستفادة من مميزات النظام الاقتصادي الجديد المبني على ألمعرفة تمثل العوامل الأساسية لبناء دولة عصرية ، وعليها ان تمثل اولويات الحكومة الجزائرية.

اول الإجراءات تكون في الإطار المؤسساتي والتنظيمي بإجراء تغييرات ملموسة لخلق محيط مشجع لتطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة واستعمالها وتطبيقها في كل المجالات ، هذه العمليات يكون تنفيذها بالتزامن وفي الوقت نفسه لتحقيق مجتمع المعلومات والاقتصاد المبني على المعرفة.

ومن المستعجل الآن تحديد استراتيجية عامة وهذا بإعطاء اولى الأولويات لميدان البحث والتطوير والابتكار والمنظومة ألتربوية وكذلك تطوير مستمر للهياكل القاعدية للتكنولوجيا الحديثة للاتصال.

ب-على المستوى القانوني:

إن إنشاء مجتمع للمعلومات واقتصاد المعرفة ، يعني تبني وبسرعة إطار قانوني وتنظيمي لتوفير محيط مناسب ومشجع للمواطنين والمستثمرين ، بخلق شروط الأمن والحماية والحرية ألمطلوبة ولهذا يجب تحرير نصوص قانونية واضحة وناجعة حول إجراء تبادل المعطيات المخزنة إليكترونيا حماية المعطيات والمعلومات الشخصية الجريمة والاختلاس الالكترونيين الملكية ألفكرية الدفع ألإلكتروني التعرف على هوية ألأفراد التعرف على الإمضاء ألرقمي امن المعلومات المرسلة(التشفير)، إجراءات وقواعد امتلاك ألعقارات تشجيع وحث الاستثمار في ميدان تكنولوجيات الإعلام والاتصال تقوية الإمكانيات العلمية البشرية في مؤسسات الاقتصاد الجديد ، وأخيرا تشجيع استهلاك تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

ج-على مستوى التنظيم ألاقتصادي المالي والضريبي:

إن انتشار الإنترنت وبعد ذلك التجارة الإلكترونية تترجم بشفافية اكبر في الأسواق ألعمومية لأن المتعاملين الاقتصاديين مجبورون على إدخال كل المعلومات اللازمة في موقع ويب وجعل مسار تنفيذ كل العمليات المالية او البنكية إلكترونيا مائة بالمائة.

فيجب تغيير قوانين السوق العمومية (الذي كان في جويلية 2002) وهذا بتكييفه مع مستلزمات التجارة الإلكترونية لتحقيق الفعالية والشفافية.

كما يجب إجراء دراسة وبحث عميقين حول نقاط الضعف في النظام البنكي فيما يتعلق بالإجراءات والتنظيم خاصة التجارة الإلكترونية والانترنت ويجب التفكير في إجراءات تعويضية بين البنوك ، استعمال بطاقات ذات القيمة المسجلة لحل مشكلة تراكم العملة الصعبة في اليوم وتسيير إجراءات حفظ الأموال.

د-على مستوى إنشاء المؤسسات وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

البداية تكون بتقديم تسهيلا ضريبية للمؤسسات العاملة في مجال الابتكار والاختراع وخاصة في ألاتصالات ثم خلق شبكة حقيقة للشركات التحضيرية التي تتكون من مراكز ووحدات ومخابر للبحث

مدارس هندسة ومعاهد تجارة ومعاهد للتكوين المهني وشركات متعددة ألجنسيات التي تنشط في الجزائر في ميدان التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وتشجيع المؤسسات مراكز البحوث والجامعات لرعاية خلق المؤسسات خاصة إذا كان اصحابها من العاملين في هذه الهيئات نفسها.

من جهة اخرى من المستعجل وضع هياكل للتوجيه والنصح بإمكانها المساهمة في إنشاء شركات(Start Up) وهي شركات مصغرة متخصصة في التعامل مع شبكة الإنترنت يعمل فيها متخصصون في البرمجة الالكترونية مبتكرا برامج وأنظمة تشغيل الحواسيب ومنشئي مواقع إلكترونية إضافة الى مبتكرين ومبدعين في العوالم الافتراضية.

هـ-في مجال الهياكل القاعدية للاتصالات:

خلال سنتي 2000 و 2001 وضعت الحكومة سلسلة من المبادرات لصالح قطاع الاتصالات والتكنولوجيات الحديثة للإعلام منها:

إنشاء شركة اتصالات الجزائر : تنظيم الاتصالات ، منح الرخصة الثانية للهاتف المحمول وكسر الاحتكار للدخول الى الإنترنت...الخ.

ولكن يبقى مجهود كبير يتمثل خاصة في توسيع الهياكل القاعدية للاتصالات حيث إن عدد الخطوط كبيرة التدفق (Mbits/s2) منخفض وكذلك غياب شبكة ATM وغياب شبكة RNIS والعدد المنخفض لمقدمي الدخول للإنترنت والتكلفة للدخول والاشتراك في ألإنترنت وتكلفة الخطوط الدولية الباهظة وغياب مواقع ترحيب ذكية.

في البلدان التي نجحت في استراتيجية الانتقال الى اقتصاد المعرفة وإنشاء مجتمع المعلومات كانت الهياكل القاعدية للاتصال هي الأولوية ، وعلى الوزارة الوصية الإسراع في تحرير وفتح مجال الاتصالات إضافة الى تحديد الإطار الخاص بمقدمي خدمة الدخول للإنترنت(FAI) ، وتبسيط وتسهيل مقاييس قبول او تعيين مانح خدمة الدخول للإنترنت.

ينبغي بناء عمود فقري وطني قوي ومتين وعقود محلية وارتباطات عالية التدفق ، والعمل في اسرع وقت على ضبط تكاليف الارتباط والاتصال والاشتراك لشبكة الإنترنت.

الخاتمة:

إن ما يحسب على الجزائر في قطاع المعلومات نسبة امية مرتفعة نسبيا ، وهذا ما يشكل عائقا امام اقتصاد مبني على المعلومة والمعطيات ويتسبب في بطئ المعلومة.

اما اهم نقطة تحسب لصالح الجزائر فيما يتعلق ببناء مجتمع المعلومات فهي وجود وعي عام حول اهمية تكنولوجيات الاتصال والإعلام يضاف الى ذلك إرادة سياسية قوية لردم الهوة الرقمية بين الجزائر والبلدان المتقدمة لمعالجة التأخر الذي تعاني منه.

وفي السنوات الأخيرة تم تسجيل ارتفاع متزايد لمستعملي وسائل الاتصالات الحديثة الهاتف المحمول والانترنت وهذا يؤدي الى ضرورة خلق شبكات بالقيمة المضافة ، تقديم الخدمات اللازمة وإنشاء ارتباطات محلية بالموجات العريضة والترويج للاستعمالات الإلكترونية في كل المجالات وتوسيع العروض الخاصة بالخدمات بإدخال مانحي خط دخول جدد إضافة الى إنشاء سياسة جديدة للخدمة العالمية وانتعاش اقتصادي وطني عام وقوي.

المراجع:

1-كمال بطوش، المكتبة الجامعية في ظل مجتمع المعلومات وتنمية مواكب ثورة التكنولوجيا الرقمية، مجلة العربية 3000، ع1، 2003، ص-ص، 1-11.

2-محمد فتحي عبد الهادي، اسس مجتمع المعلومات وركائز الاستراتيجية العربية في ظل عالم متغير(دراسة عربية في المكتبات وعلم المعلومات)،ع1999،3، ص-ص 124-132.

3- حسانه محيي الدين، اقتصاد المعرفة في مجتمع المعلومات على الموقع:

http://www.arabcin.net/arabic/5nadweh/ authors/mohialdein.htm

4- إبراهيم بختي ، تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، على الخط :

http://bbekhti.online.fr/trv_pdf/TIC.pdf,29/04/2008,09:58

5-Djamel Bouadjimi, les nouvelles technologies de l'information et de la communication et le développement, l'arrimage de l'Algérie a la société de l'information, doctorat en sciences de l'information et de la communication, faculté des sciences de l'information et de la communication, Alger ,2004,p 217.

6-ibid,p 218.

7-هشام الخطيب، العالم العربي والجزائر في عصر المعلومات والاتصالات، المنتدى الدولي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصال، الجزائر، ديسمبر 2002.ص 50.

8-Younes Grar, 'les NTIC sont –elles a la portée de l'Algérie ?',SITIC ,MPTIC ,Alger ,Décembre 2003.p 20.

9-Hocine Benyelloul,'les INTIC dans le programme de la reforme et modernisation des finances', SITIC,MPTIC, Alger ,décembre 2002.p15.

10-A.Benariba, »impact des technologies de l'information sur le développement économique »,SITIC,MPTIC, Alger, décembre 2003,p 17

الاتصال الالكتروني ورهانات التحديث

والتحول الثقافي في المنطقة العربية

أ. د. فايزة يخلف

كلية علوم الاعلام والاتصال

جامعة الجزائر

الملخص:

ان المتأمل في المشهد الاجتماعي والثقافي العربي، يلمس دون شك تعثر الاتصال الالكتروني في بلوغ أهدافه المحددة في سبيل تحقيق عمليات التطوير والانماء في المجتمعات العربية.

ان هذا الدليل يأتينا بصفة أساسية من البحوث الحاضرة عن نشر وبث dissémination المعارف والاختراعات والمعلومات والأفكار... كما يأتينا هذا الدليل من الخبرات الفعلية والممارسات العملية التي اجتازتها وتجتازها الدول النامية في تحديث أساليبها التقليدية وتطوير مفاهيمها وأفكارها.

ان التنمية بالمعنى الحديث لا تقاس بزيادة الدخل الفردي –كما تذهب بعض الدراسات السوسيولوجية والاقتصادية العربية– بل تؤول أيضا إلى تبني الأفكار الجديدة، ذلك لأن تبني اختراع أو فكرة جديدة innovation هو أحد المؤشرات التي تتصل بتغيير أسلوب الحياة ونمط الثقافة، سواء كانت هذه الفكرة الجديدة في الزراعة أو الصحة أو التخطيط الاجتماعي أو السياسي.

مقدمة

تحول الاتصال الالكتروني فيظل التغيرات الراهنة التي يشهدها العالم إلى حتمية تكنولوجية وحضارية لا مناص منها. فلم يعد الأمر يتعلق فقط بظهور وسيط اعلامي جديد، تسارعت وتيرة انتشاره وساهم بشكل واسع في تقديم خدمات جليلة للإنسانية، بل أن النقاش الفعلي بخصوصه أصبح يتعلق بسياقات انتشاره وما يتيحه من إمكانات التحول الثقافي خاصة في تلك الفضاءات الاجتماعية المخولة لتبني مثل هذا الاختراع الجديد adaptation de l'innovation(1).

يرى مانوفيتش LEV Manovich، في هذا الاطار، ان الفهم الصحيح للاتصال الالكتروني، لا يقوم على اعتبار الميديا الجديدة، من زاوية علاقتها باستخدام الكمبيوتر وإنما هو توصيف منظور إليه من فكرة علاقته بإنتاج تمثلات ثقافية جديدة تتواءم ومقتضيات التعامل مع التكنولوجيا وما يستلزمه من انتقالات حضارية مصاحبة(2).

إن الحديث عن ضرورات الانتقال الحضاري يحتم علينا معاينة وضع المجتمعات العربية إزاء ما يفرضه هذا التغيير من أشكال جديدة ومستحدثة في سبل وطرائق معايشته، ومن هذا المنظور يقارب مانوفيتش الاتصال الالكتروني ضمن أفق أوسع، إذ يعتبره مجالا أوسع للثقافة السبرنيطيقية cyberculture، فهو يرتبط بالتحولات الثقافية الجديدة والبراديغمات les paradigmes التي تساهم في تحقيق ما يسميه بالتمثيل الثقافي للرقمنة La représentation culturelle de la numérisation(3)، فإلى أي مدى ساهم الاتصال الالكتروني في بلوغ هذا الهدف في مجتمعات المنطقة العربية؟ وما هي رهانات التحديث والتحول الثقافي في هذه المنطقة؟

1-الاتصال الالكتروني: المفهوم والمساءلة النظرية

يرتبط الاتصال الالكتروني في المخيال العام بما يسمى "الوسائل الحديثة" أي مختلف الوسائل التقنية الرقمية كالهاتف الجوال والكمبيوتر وشتى الوسائط التي تختزل حالات التداخل بين وسائل الاعلام من جهة والتكنولوجيات الحديثة، والتي من وجوهها ما يسمى بالاندماج convergence من جهة أخرى(4).

وانطلاقا من هذه الأطر المفاهيمية الشاملة لدلالة الاتصال الالكتروني، يتضح أن هذا المجال الجديد الناشئ من الاتصال، إنما يحيل على ظلال تقنية متعددة، يرتبط بعضها بتكييف مضامين وسائل الاعلام الكلاسيكي مع الوسيط الجديد كالصحافة الالكترونية، والإذاعة والتلفزيون على النت وكل أشكال استهلاك الفيديو الجديدة وانتاجها وكذا مختلف التكنولوجيات ذات الصلة باستخدامات الاتصال الرقمي(5).

وإذا كان للجانب التقني دوره الحاسم في بلورة مفهوم الاتصال الالكتروني، فإن ذلك لا يلغي الايحاءات الثقافية لهذا المفهوم والتي تشترط ضرورة الالمام بثقافة الوسيط الجديد وبالآليات المحاثية Immanente لانتاجه واستهلاكه(6).

وفي هذا الاتجاه ذاته، تصبح مسألة مسايرة التقنية وسياقات انتشارها، مسألة مفصلية لا خلاف بشأنها(7)، فالاتصال الالكتروني وإن ارتبط بالكمبيوتر وبالشبكات فهو غير منفصل عن السياق الثقافي الذي أنتج فيه، والذي استهدف في طموحاته المثلى تغيير واقع المجتمعات وتأهيلها لحياة ما بعد الحداثة post moderne(8).

هاهنا تكمن أهمية فكرة حسن تبيئة التكنولوجيا، إذ لا يتعلق الأمر بمجرد اكتساب تكنولوجيا جديدة بل يتجاوز ذلك إلى بلورة مفاهيم وأطر تفكيرية جديدة ذات صلة بخلق مناخ التحديث من اجل التنمية. فما المقصود بالتحديث وما علاقته بالتنمية وكيف يساهم الاتصال الالكتروني في مثل هذه التغيرات؟

2- المقصود بالتحديث والتنمية

يراد بالتحديث Modernisation تلك العملية التي يتغير بها الأفراد من طريقة الحياة التقليدية إلى أسلوب في الحياة أكثر تعقيدا وأكثر تقدما من الناحية التكنولوجية(9). إنها بتعبير آخر القطيعة مع الطرق التقليدية في التعامل مع الواقع وتعويضها بأشكال مستحدثة من الممارسات الحياتية pratiques de vie التي تؤهل الفرد إلى نقلة نوعية في مستوى الأفكار تجعله مثابرا على تجديد نفسه وعلى التأقلم مع التغيرات(10).

على هذا النحو تعاظم الحديث عن علاقة التحديث على المستوى الفردي بالتنمية التي هي نوع من التحديث الكلي الشامل Aggregated Modernization والذي ينطبق على التغيير الاجتماعي le changement social الذي يتضمن ادخال أفكار جديدة في النظام الاجتماعي وذلك للوصول إلى مستوى أعلى وإلى دخل اكبر... عن طريق استخدام وسائل انتاج أكثر حداثة وتنظيم اجتماعي أفضل، وعدالة وحرية فكرية وتحكم امثل في التقانات(11).

ان التنمية بالمعنى الحديث لا تقاس بزيادة الدخل الفردي –كما تذهب بعض الدراسات السوسيولوجية والاقتصادية العربية– بل تؤول أيضا إلى تبني الأفكار الجديدة، ذلك لأن تبني اختراع او فكرة جديدة هو احد المؤشرات التي تتصل بتغيير أسلوب الحياة ونمط الثقافة، سواء كانت هذه الفكرة الجديدة في الزراعة او الصحة او التخطيط الاجتماعي او السياسي(12).

إن تبني الأفكار الجديدة عن التحديث والعمل بها يدخل ضمن النشاط السلوكي للفرد، وليس ضمن مجرد تغيير في المعارف، وهو الفهم الشائع والخاطئ لمعنى التحديث والحداثة(13) وبالتالي فإن أفضل المؤشرات الدالة على هذا التحديث ليس هو تبني الأفكار الجديدة فحسب وإنما العمل بها أيضا(14).

ولعل مؤشر العمل بالأفكار الجديدة هو الفيصل الذي يصنع الفارق الحضاري والثقافي بين الدول المتقدمة والدول النامية(15)، وهو ذات المؤشر الذي نفهم من خلاله تخلف مجتمعات المنطقة العربية عن مسايرة ركب التطور رغم انفتاحها على الأفكار الحداثية التي اوجدتها العولمة(16).

من هذه الزاوية تحديدا، يمكن معاينة رهانات الاتصال الالكتروني –بوصفه ضربا من الأفكار الجديدة– في تحقيق الانماء والتحول الثقافي في مجتمعات المنطقة العربية.

3- الاتصال الالكتروني في المنطقة العربية. أي دور ثقافي؟

تسمح نظرة أولى للدراسات المتوفرة حول انتشار الاتصال الالكتروني في المنطقة العربية باستنتاج درجات متفاوتة في كثافة التوسع والاستخدامات، حيث تصدرت تونس قائمة دول المغرب العربي في شيوع الميديا الجديدة وفي اعتماد تطبيقاتها المتباينة(17)، وتعتبر الامارات العربية المتحدة من أكثر الدول العربية الخليجية من حيث معدل انتشار استخدام الشبكة بالنسبة لعدد السكان بنسبة بلغت 41,7 % وأقلها اليمن بنسبة 2,35 %(18).

وبالنظر إلى الانتشار الواسع للهواتف الذكية في المنطقة فإن ثمة ميلا واسعا لتحميل واستخدام تطبيقات اتصالية نقالة، واعتمادا على البيانات الصادرة عن تقرير آبس آرابيا، فإن مستخدمي الهواتف الذكية في المنطقة يستخدمون أكثر من 32 تطبيقا، وهم مستعدون لإنفاق ما يصل إلى 26 دولارا شهريا على التطبيقات، وقد شاع في الوسط الخليجي تطبيق الواتساب whatsapp للرسائل بشتى أنواعها(19).

ولعل من المهم الإشارة هنا إلى أن الثورات التي عرفتها المنطقة في إطار ما يسمى "الربيع العربي" قد زادت من الاقبال على الأنترنت، وراجت معها شعبية الشبكات الاجتماعية، حيث بلغ عدد مستخدمي

الفيسبوك حتى مطلع ماي 2014 اكثر من 81 مليون مستخدم(20) هذا بالإضافة إلى الآلاف من المدونين وعشرات منتديات الحوار ومواقع النشر الذاتي (youtube) (21)

ورغم ما أسهم به الاتصال الالكتروني في بناء منظومة قيم جديدة في التفكير العربي من خلال تجديد ملامح انفتاح أفراده على كوكبة الخدمات التي يقترحها الوسيط الجديد، فإنه لا يزال سجل تعثرا في ميادين استراتيجية مثل:

1- التحول الديمقراطي:

لم يستطع الاتصال الالكتروني، رغم الدور الكبير الذي لعبه في عملية التجنيد والتوعية أثناء الثورات العربية، أن يؤسس لتحول ديمقراطي في المنطقة، حيث أبقى على ذات الأجندات السياسية الكبرى، رغم بعض بوادر التغيير التي لاحت في الأفق مثل ما عرفته بعض الدول مثل تونس، ليبيا، اليمن...(22).

إن التأكيد على مساعي دول عربية نحو تحقيق الديمقراطية لا يعني باي حال تغيير في كل النماذج التي شكلت تاريخيا انتاج لأنظمة شمولية مختلفة الأطياف(23)، فما تزال الكثير من دول المنطقة العربية تمارس الهيمنة والرقابة على الكلمة الحرة والراي المضاد، حتى وإن تعلق ذلك بمحتويات الكترونية كالمدونات التي تعكس آراء الأفراد المتحركة والمتغيرة(24) نتيجة لمثل هذه الضغوطات التي أصبحت تحاصر سيرورات انتاج الوعي المجتمعي عربيا، تراجعت مهام المداولة في قضايا الشأن العام عبر النقاش الالكتروني وتراجعت معها مجالات التعبير السياسي الحر وإمكانات التفاعل مع النشطاء السياسيين الذين أصبحت صفحاتهم تخضع للحجب(25). الأمر الذي تحول بهذه المنصات الاجتماعية من منابر إعلامية حرة على مجرد فضاءات ترفيهية واجتماعية وثقافية.

ومما يؤكد هذا التحول الراهن الدراسة التي اجراها نادي دبي للصحافة والتي شملت 1876 مبحوثا من مصر، والسعودية والمغرب والامارات، والتي خلصت إلى ان 60 % من أفراد العينة المدروسة لا يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر اخباري او كفضاء للنقاش السياسي وأنهم يستخدمونها لأغراض اخرى للحصول على مواضيع عاطفية أو لأغراض ترفيهية وثقافية، دينية وتعليمية وكذا في شؤون الدراسة باعتبارها المجالات الأكثر جذبا للتفاعل الاجتماعي خاصة بين الشباب(26).

كما اكدت دراسة جامعية أخرى، أجريت على عينة من الشباب الجامعي العماني على زيادة التفاعل الاجتماعي للشباب عبر شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصا "الفيس بوك" للأغراض الثقافية، الاجتماعية –زيادة علاقات الصداقة والتعارف، يليه موقع "يوتوب" لا سيما لرفع الملفات من الصور والمشاهد وتحميلها أيضا، وتبادلها بين الأقران والأعضاء وبصورة متكررة(27)، وهو ذات التوجه في الاستخدام بالنسبة للشباب السعودي حيث أشارت دراسة أجريت على عينة من الشباب الجامعي السعودي إلى ان 77% من هؤلاء الطلبة يستخدمون شبكة الفيسبوك للحصول على مواضيع عاطفية ودينية اكثر من استخدامهم لها لمواضيع سياسية او اقتصادية(28).

على هذا النحو اضمحل التدوين الذي يحيل في بعده السياسي على تنامي ثقافة سياسية اعادت إلى الواجهة حضور مفهوم التواصل العمومي في المجتمعات العربية وشرعية الخطابات الفردية التي هي في الأصل ظاهرة صحية اختزلت مختلف الأجواء الديمقراطية التي صنعت استثناءات التجنيد والتعبئة الافتراضية خلال ثروات الربيع العربي(29).

2- التحول في التسيير الإداري:

يرتبط أي تحول في مشروع التسيير الإداري المعتمد على الاتصال الالكتروني بمدى تطبيق الاتصال والميديا الجديدة في مجال الخدمة العامة بما يسمح والتطور المنشود في هذا المجال.

وفي هذا الإطار يشكل استخدام الدول العربية لآليات الإدارة الالكترونية أحد المؤشرات التنافسية فيما بينها لولوج مجال العولمة الاقتصادية والتنافس على استقطاب الاستثمارات الأجنبية، وهو ما أدى إلى تفاوت ملحوظ فيما بينها في مجال أساليب وطرق عصرنة الإدارة(30).

فقد بدأت دول عربية عديدة مثل الامارات العربية المتحدة وتحديدا إمارة دبي والسعودية ومصر والأردن في وضع وتنفيذ سياسات متقدمة بشأن الإدارة الالكترونية التي تعتبر أداة هامة يمكن ان تساعد على تعزيز الشفافية والمساءلة وتساهم في الوقت ذاته في تحسين التنافس(31).

ضمن هذا الاتجاه أكد التقرير السنوي الصادر عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية لعام 2012 على وجود فجوة رقمية بين الحكومات العربية فيما يتعلق بتطبيق نظام الإدارة الالكترونية وذكر التقرير ان ضعف البنية الأساسية للمعلومات تركت آثارا واضحة في عدد المواقع الخاصة بكل حكومة عربية على حدة وكذا في فحوى ومضمون هذه المواقع(32).

وأشار التقرير أيضا إلى عدم الادراك الكامل والواعي لكل عناصر التكنولوجيا والبرمجيات وأهميتها عند بناء الحكومات الالكترونية في العالم العربي، العامل الذي أفقد المئات من المواقع الكثير من الأهداف التي بنيت من اجلها. وقد أرجع التقرير كل هذه النقائص إلى أسباب موضوعية تتعلق بعدم وجود متخصصين قائمين على هذه المشروعات، إضافة إلى وجود قصور في الوعي بعناصر التكنولوجيا وخباياها(33).

إن أغلب ممارسات الدول العربية في بناء وصلات داخل المواقع او خارجها تظل دون المتوسط لكل دولة عربية(34)، وهو ما يؤكد المحدودية المعرفية لهذا الخطاب التقناوي الجديد(35) الذي يفرض تعاملا حداثيا مع معطياته، فانتشار التكنولوجيا لا يعني بالضرورة وبشكل آلي التغيير، فالمسألة تحتاج دون شك إلى تشكيل ممارسات اجتماعية وثقافية وفكرية تساعد على بلورة مثل هذه الرؤى الجديدة.

إن المتأمل في سياقات تطبيق الإدارة الالكترونية في العالم العربي يلاحظ تجليات المفارقة الحضارية بين هيمنة الأداة التقنية بكل تشكيلاتها العصرية وديمومة الممارسات العتيقة الرافضة او المتجاهلة لنماذج وتمثلات الحداثة(36) وبهذا يمكن ان نفهم استمرار مظاهر البيروقراطية والفساد الإداري في دول العالم العربي(37).

إن تحديث الإدارة بهذا المعنى لا ينحصر فقط في إتاحة آليات الاعلام والاخبار (مواقع تعريفية بالمؤسسة الحكومية)، او في تسهيل الأداء الوظيفي (مواقع تتيح إنجاز المعاملات التقليدية بشكل الكتروني)، بل هي أكثر من ذلك تدل على تحديث أصيل لعلاقة الدولة بالمواطن، عصرنة مخصوصة لمفهوم الحوكمة وسياق جديد يتم بمقتضاه تحقيق مقاصد الانفتاح والشفافية، التفاعل والمشاركة وخاصة إمكانات المساءلة.

إن هذه القيم لم تولد مع الحكومة الالكترونية لأنها مرتبطة بالمثال الديمقراطي للسياسة وبنموذج الحوكمة الذي تقتضيه، وهي المقاربة التي لم ترسخ في مجتمعات العالم العربي طالما تبنت الرؤية التي تنظر إلى الوسيط الجديد منفصلا عن سياقه الشامل الذي يشكل البيئة التي يعمل فيها(38).

وقد نتج عن هذه الرؤية المنقوصة للشروط المؤسسية والثقافية للتكنولوجيا ان بقيت النماذج الكلاسيكية السلطوية للإدارة تسم الأداء الوظيفي العربي، رغم ما بذلته الحكومات من جهود في توظيف الاتصال الالكتروني كآلية لتجديد الاشكال التي تخاطب الدولة من خلالها مجتمع يتغير بفضل انتشار التعليم وظهور الحركات الاحتجاجية السياسية والاجتماعية.

3- التحول في مجال البحث العلمي والأكاديمي:

إن التوصيف التكنولوجي للوسائط الحديثة، يركز على تطبيقاتها التقنية الحالية، القادرة على معالجة المعلومة وتخزينها واسترجاعها وكفاءة عالية في مستويات تعميمها، وهو ما يجسد الرهانات الثقافية الكبرى

للعلم في إطار ما يسمى بالثقافة العلمية la culture scientifique التي تحيل في مفهومها العام على الشروط والآليات المؤسسية الاجتماعية لنشر العلم في المجتمع(39).

بهذا المعنى تكون الثقافة العلمية مؤشرا لقياس قدرة مجتمع ما على الابتكار وعلى الاستثمار في الحقل العلمي كالنشر بمختلف أشكاله (الكتب، المجلات، المقالات...) والأحداث العلمية (المؤتمرات، الملتقيات، الندوات...) وكذا فرص التعليم عن بعد، او التكوين الجامعي على الخط online المعتمد على نطاق واسع كشكل من أشكال التعاون بين الأكاديميات الغربية(40) فإن آثاره لا تكاد تلمس في المجتمعات العربية، إذا ما استثنينا بعض المجالات مثل:

أ- **النشر والتدوين العلمي**، باعتبارها فضاءات تسمح للكاتب والمدون بتحقيق عملية النشر الذاتي selfpublishing وما يلازمها من إيجابيات تتعلق بتوسيع قاعدة الجمهور القارئ وإمكانية الانفتاح على مجتمعات بحثية عالمية، خاصة إذا كانت لغات الكتابة اجنبية.

ب- **التبسيط العلمي la vulgarisation scientifique**، الناشئ من حاجة الأفراد، اجتماعيا وثقافيا إلى فهم وتبسيط بعض المعارف والمعلومات المعقدة سواء تعلق ذلك ببعض المفاهيم العلمية التقنية او الغامضة، أو ما اتصل منها بفهم التكنولوجيا وتطبيقاتها العلمية، وهي الاستراتيجيات التي تشكل ما يسميه بيار فيار Pierre Fayard بـ "الاتصال العلمي العمومي"(41) الذي يتوخى نشر ثقافة معلوماتية وتبسيط المعقد منها(42).

جـ- **التدعيم العلمي**: وفي هذا الاطار يتم توظيف الأنترنت كأداة لشرح بعض المصطلحات والمفاهيم الصعبة وكمصدر رئيس للحصول على المعلومات حول البرامج الدراسية ولإنجاز الواجبات المدرسية، وهو التوجه الذي يفسر ما أشار إليه التقرير العربي للتنمية البشرية لعام 2008 من ضعف تشبيك المجتمعات

البحثية العربية وضعف حضور الباحث العربي في الشبكات العلمية العالمية ومحدودية البعد الكوني للبحوث العربية الأمر الذي انعكس على المجتمعات العربية(43).

إن استفادة المجتمعات العربية من الاتصال الالكتروني في مجال العلم كانت استفادة جانبية كما يرى برينو لاتور Bruno Latour تقوم على استغلال التقنية لفهم الظاهرة العلمية في مختلف مستوياتها وأبعادها، ولم تكن استفادة وسائطية للممارسة العلمية والمنافسة التي تؤدي إلى الارتقاء بالعلم لتحقيق رفاهية البشرية(44).

خاتمة

هكذا تؤكد المقاربة الثقافية لتبيئة المبتكرات التكنولوجية على ضرورة مساءلة مشكلات تبني الجديد، وكيفية الاستفادة من هذه الوسائل التقنية والأداتية الحديثة في تحقيق رؤية تنموية يؤطرها خطاب "هوياتي" identitaire لا يجازف بأهمية البعد القيمي والانتماء الثقافي والحضاري لمستخدم هذه التقنية.

الهوامش

1) Steve Woolgar : New Media and digital innovations, sage publications, New York, 2009, p12.

2) Lev Manovich : New Media and cultural approach, Columbia University Press, new York, 2006, p31.

3) Ibid., p33.

4) Louis Strate : Communication and cyberspace : Social interaction in an electronic environment, Hampton press, London, 2003, p12.

5) Bernard Miége : L'ère des nouveaux médias, Edition Payot, Paris, 2010, p9.

6) Lev Manovich : New Media and cultural approach, Op, Cit, p42.

7) Ibid., p43.

8) Pierre Levy : Internet et société postmoderne, Edition Gallimard, Paris, 2010, p16.

9) Ibid., p17.

10) Ibid., p18.

11) Lev Manovich : Computers and social Modernization, Columbia University press, New York, 2012, p3.

12) Ibid., p5.

13) Steve Woolgar : New Media and digital innovations, Op, Cit, p45.

14) Ibid., p46.

15) Ibid., p47.

16) Ibid., p51.

17) Michael Lynch : New media and Arab public, Routledge, London, 2013, p10.

18) Arab Social Media report, 18 september 2014.

19) عبيد بن سعيد الشقصي: مدى اعتماد الشباب الخليجي على وسائل الاتصال التقليدية والحديثة في أوقات الأزمات، منشورات مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الرياض، 2015، ص45.

20) Arab Social Media report, 18 september 2014.

21) Michael Lynch : New media and Arab public, Op, Cit, p15.

22) Daniel cardon : Internet et changement politique dans le monde Arabe, Edition Dunod, 2011, p17.

23) Ibid., p39.

24) Ibid., p40.

25) Ibid., p41.

26) نادي دبي للصحافة: نظرة على الاعلام العربي: 2011-2015، الإصدار الرابع، الانكشاف والتحول، توقعات وتحليلات وسائل الاعلام التقليدية والرقمية في المنطقة الرقمية.

27) عبد الوهاب الحايس: "التفاعل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساته الاجتماعية على الشباب الجامعي. دراسة ميدانية في جامعة السلطان قابوس". ورقة مقدمة للمؤتمر الدولي الثاني لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية جامعة السلطان قابوس، 16-18 ديسمبر 2012.

28) جارح بن فارس العتيبي: استخدام طلاب وطالبات الجامعات السعودية، شبكة الفيسبوك (facebook) "دراسة تطبيقية رسالة ماجستير، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الملك سعود، 2011.

29) Louis Dahlberg : Mass Communication and Arab Societies toward a critique of the digital culture, sage publications, New York, 2013, p12.

30) أحمد محمد العتراوي: مجتمع المعلومات العربي: واقع وتحديات، الندوة العربية الخامسة، النادي العربي للمعلومات 2002، ص56.

31) نفس المرجع، ص57.

32) التقرير السنوي الصادر عن المنظمة العربية للتنمية الإدارية لعام 2012.

33) نفس المرجع السابق.

34) Louis Dahlberg : Mass Communication and Arab Societies, Op, Cit, p19.

35) Ibid., p21

36) Ibid., p25.

37) Ibid., p26.

38) Ibid., p31.

39) Maria Elena Murru : A model of scientific communication, Routledge, London, 2012, p6.

40) Ibid., p8.

41) Pierre Fayard : La nouvelle révolution scientifique, Edition Dunod, 2013, p22.

42) Ibid., p23.

43) Ibid., p35

44)Ibid., p36

المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات في إطار الترويج ورسم الصورة الذهنية

أ.فادية حسين–الجامعة اللبنانية

تمهيد

عرّف المعجم الوسيط المسؤولية بإعتبارها "حال أو صفة من يُسأل عن أمر تقع عليه تبعيته"، وتعود سلطتها الاجتماعية لمرجعية المجتمع والثقافة ومنظومات القيم المتضمّنة فيه.

فالمسؤولية الاجتماعية هي إحدى القنوات التي تدعم المصلحة العامة وهي تشكّل بنية من الواجبات والحقوق التي تحدّد السلوك الذي ينبغي أن يطرقه الفرد تجاه المجتمع، بناءً على حرصه على سلامة وتماسك واستمرار مكوّناته والمساهمة في تطوير أوضاع الجماعة والارتقاء بها. ويكتسب الإنسان مسؤولياته الإجتماعية عبر مؤسسات التنشئة الإجتماعية المختلفة ويساهم الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في تدريب الإنسان على مسؤولياته الإجتماعية بعد العائلة والمدرسة والجامعة.

ويعمل القطاع الخاص على توجيه جزء من أرباحه إلى السياقات الإجتماعية التى تشكل بيئته بهدف تطويرها وضمان بقائها كبيئة مواتية له على الصعيد الإقتصادي والإجتماعي والسياسي والثقافي، وعرف البنك الدولي المسؤولية الإجتماعية للقطاع الخاص أو المسؤولية الاجتماعية للشركات باعتبارها "إلتزام أصحاب الشركات والمؤسسات الصناعية والتجارية بالمساهمة فى التنمية المستدامة، من خلال العمل مع

موظفيهم وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع العام، لتحسين مستوى معيشة الناس بأسلوب يخدم التجارة ويخدم التنمية فى آن واحد" [1].

وإلى جانب التزام المؤسسة بالقوانين والمعايير الأخلاقية في تطبيق أنشطتها شكّلت القضايا الإنسانية إحدى عناصر الاستراتيجية الترويجية التي تعتمدها المؤسسة التجارية لدعم قضايا المجتمع وممارسة مسؤوليتها الاجتماعية من خلال حملات الترويج الإنسانية .

ولقد حاولنا في هذه الورقة البحثية الإضاءة على مفهوم الحملات الإنسانية التي تقوم بها المؤسسات على اختلاف انواعها في إطار تطبيق المسؤولية الاجتماعية والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من خلال لجوئها إلى مثل هذه الحملات وشروط نجاحها بما يجيب عن التساؤلات التالية :

- كيف تساهم حملات الترويج الإنسانية في تقييم أداء المؤسسة على الصعيد الاجتماعي ؟
- كيف تساهم الحملات الإتصالية الإنسانية في الترويج للمنتج وللمؤسسة المنتجة وللقضية أو الجمعية الإنسانية التي تقوم المؤسسة بدعمها ؟

وفقاً للفرضيات التالية:

- تساهم حملات الترويج الإنسانية التي تقوم بها المؤسسات التجارية من خلال تبني القضايا الاجتماعية ودعم الجمعيات الإنسانية في تقييم اداء المؤسسة على المستوى الاجتماعي.

[1] Henry G. Manne & Henry C. Wallich,1972, Washington : American Enterprise Institute for Public Policy Research, P 25.

- تساهم الحملات الإتصالية الإنسانية في الترويج للمنتج من خلال بناء ثقافة استهلاكية مسؤولة اجتماعياً، وفي بناء صورة ذهنية للمؤسسة المنتجة وفي الإضاءة على الحالة الانسانية أو الجهة التي تقوم المؤسسة بدعمها.

وكمثال على حملات الترويج الإنسانية التي تقوم بها المؤسسات التجارية، تناولنا في هذه الورقة البحثية حملة شركة كوزمالين Cosmaline لمنتجات العناية بالشعر والجسم، لدعم جمعية Brave Heart التي تهتم بالأطفال المصابين بأمراض القلب بعنوان "انقذ حياة طفل، سيتم التبرع بنسبة 5% من العائدات لصندوق Brave Heart " والتي امتدت على مدة سنة كاملة.

الحملات الترويجية

يُعتبر الترويج من أهم عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة والذي يتضمّن : المنتج ، السعر ، المكان والترويج، ويشتمل على جميع نشاطات الإتصال مع الجمهور المستهلك المباشرة وغير المباشرة من خلال البيع الشخصي، الإعلان، التسويق المباشر ، عروضات البيع أو نشاطات العلاقات العامة.

ويعرّف موقع The Economic Times الإلكتروني فعل الترويج على أنه يشتمل على مجموعة من النشاطات الإتصالية التي تربط المنتج، الماركة أو الخدمة بالمستخدم[2] فتعمل على التعريف بالمنتج والحض على شرائه.

وتقوم عملية الترويج على ثلاثة عناصر هي المرسل والمستقبل والرسالة فتستخدم عدة وسائل إتصال لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتتم عملية الترويج من خلال:

[2] http://economictimes.indiatimes.com

- البيع الشخصي وهو الإتصال المباشر بإتجاهين بين البائع والمستهلك المحتمل، ويعتبر الأسلوب الأكثر كلفة في عملية الترويج ومثال على ذلك الاجتماع الشخصي، التسويق عبر الهاتف والمراسلة.
- الإعلان وهو الإتصال غير الشخصي، حين تدفع المؤسسة لترويج الأفكار، المنتجات أو الخدمات من خلال مختلف وسائل الإعلام، وهو إتصال بإتجاه واحد مع المستهلك المحتمل. مثال على ذلك الإعلانات في المجلات والصحف، التلفاز، المواقع الإلكترونية ...
- التسويق المباشر وهو نوع من الإعلان المباشر لمجموعة مستهدفة ومحتملة من الزبائن وليس للجمهور العام حول الجديد عن المنتج والعروضات الخاصة .
- عروضات البيع وهي تشتمل كل نشاطات التسويق باستثناء البيع المباشر، الإعلانات والعلاقات العامة. تستخدم لتحفيز الشراء والبيع بهدف زيادة المبيعات، إعلام الزبائن المحتملين عن منتجات جديدة وخلق عمل إيجابي وصورة للمؤسسة. مثال على ذلك الكوبونات، عينات من المنتج ، شاشات في أماكن البيع.
- العلاقات العامة من خلال بناء علاقة تفاهم وتأثير بين المؤسسة والمستهلك المستهدف. وتهدف إلى خلق صورة مفضّلة للمؤسسة ومنتجاتها او خدماتها. مثال على ذلك، البيانات الصحفية التي تعلن عن تطوير منتجات وخدمات المؤسسة، قنوات البيع، التسهيلات، العمليات، الشركاء، العائدات، الموظفين والمناسبات، ويشكّل الإعلام أحد أدوات العلاقات العامة التي تنقل المعلومات إلى الجمهور.[3]

ومن أهم سياسات الترويج الفعال[4] :

[3] http://lam09.weebly.com

[4] حمد عرفة & سمية شلبي ، المبيعات والترويج ، دار النهضة العربية – القاهرة 1993 .

- استراتيجية الجذب والدفع من خلال توجيه الجهود الترويجية إلى المستهلك النهائي ودفعه لطلب السلعة أو المنتج والشراء من أماكن تواجدهما. وتستخدم هذه الإستراتيجية الإعلان الذي يتضمن مجموعة من المحفزات مثل تقديم الكوبونات والهدايا والعينات المجانية والتخفيضات السعرية.
- استراتيجية الإيحاء من خلال اسلوب الإقناع المبسّط المستند إلى حقائق عن طبيعة السلعة .

الصورة الذهنية للمؤسسة

في تعريف لصورة المنتج، الماركة او المؤسسة، أشار برتران باتيلو[5] إلى أنها الطريقة التي ينظر فيها المستهلكون إلى المؤسسة. ويتم هذا التصوّر وفقاً لمعايير موضوعية (صنف عالي الجودة والسعر) أو معايير شخصية (منتج لكبار السن). والصورة الذهنية هي نتيجة خصائص المنتج بشكل عام وأيضاً نتيجة الجهود الدعائية. وعندما تكون الصورة إيجابية تعزز الصورة الذهنية تسويق المنتج وإمكانية إعتماد الأسعار المرتفعة.[6]

وتتكوّن الصورة الذهنية للمؤسسة من العناصر التالية:

اسم المؤسسة – شعارها– موظفيها – الخدمات التي تقدّمها– سياستها– **انجازاتها– دورها في خدمة المجتمع– مساهمتها في الحياة العامة السياسية والاجتماعية والاقتصادية– اخفاقاتها...**

وتشكل هذه العناصر بقسمٍ منها الانطباعات الأولى وتعمل بقية العناصر على تأكيد هذه الانطباعات أو دحضها. على ان هذه المعلومات التي تساهم في رسم الصورة الذهنية للمؤسسة أو المنتج يتم

[5] Bertrand Bathelot est professeur agrégé de marketing et s'est notamment spécialisé dans le marketing digital. Il se consacre actuellement à la rédaction des articles du site definitions-marketing.com.

[6] http://www.definitions-marketing.com/definition/image-de-marque/

الحصول عليها ونقلها من خلال الاتصال المباشر أو عبر وسائل الإعلام أو من خلال تجربة المنتج أو الخدمة.

المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة

أثبتت دراسة الباحث الاقتصادي حسين عبد المطلب الأسرج [7] (الأسرج،2012) بعنوان ***"دورالوقف الاسلامى في تفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات "*** أن المؤسسات التي تعتنق مفهوم المسؤولية الاجتماعية يزيد معدل الربحية فيها على 18% ، عن تلك الشركات التى لا تقوم بمسؤولياتها الإجتماعية. كما أوضحت الإحصاءات الدولية أن 86% من المستهلكين يفضلون الشراء من الشركات التي لديها دور فى خدمة المجتمع، وأن 70% من المستهلكين يرون أن المسؤولية الإجتماعية لها دور مهم جداً فى نجاح مشاريع هذه الشركات. وأن 64% من المستهلكين يشجعون فكرة أن يكون الوفاء بالمسؤولية الإجتماعية للشركات من معايير تقييم فاعلية آدائها على الصعيد الإقتصادي والإجتماعي.

ومن خلال البحث الدائم عن فعالية الحملات الإتصالية للمؤسسات شكّلت الحملات الإعلانية التي تحمل رسالة إنسانية وتحفّز على الوحدة من خلال دعم جمعية انسانية قيمة بحد ذاتها، وخطوة باتجاه اعتماد ثقافة المسؤولية الاجتماعية، مؤكّدة على أن " فعل الاتصال، هو امتداد ديناميكي مركّب يعرّف العلاقة ويؤكّد الهوية، يؤثّر على القارىء ويتشارك بالأحاسيس او القيم وبشكل أشمل يتشارك بالمعاني"[8].

---

[7] الأسرج عبد المطلب حسين،2012،"***دور الوقف الاسلامى في تفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات***"، باحث اقتصادي ومدير إدارة في وزارة التجارة والصناعة المصرية https://elasrag.wordpress.com

[8] Elmond Marc et Dominic Picard, Relations et communications interpersonnels,1ère édition,Paris:Dund,2000,P23.

وفي كتابها "La marque" دعت " أندريا سمبريني" semprini "(2005) الماركات التجارية لـ"بذل جهد أعمق وأكثر تكاملاً لإعادة إعطاء قيمة ومعنى لفعل الاستهلاك ، وذلك لتبيان أن الاستهلاك يمكن أن يكون شيئاً مختلفاً عن مجرّد شراء منتج نحن بحاجة إليه".[9]

وتهدف هذه الحملات إلى شد انتباه المستهلك اليوم للقيام بشيء مفيد إزاء المجتمع والبيئة المحيطة به. وفي ذلك محاولة لتغليب العاطفي على المنطقي وطرح لرؤية وهدف إنساني إبداعي.

من هنا الإضاءة على ما يسمى بالتسويق العاطفي Marketing de Sympathie وهو التعاون بين المؤسسة (الماركة أو المنتج) ونشاط اجتماعي أو نشاط إنساني اعتماداً على التجاوب العاطفي للمستهلك[10]، بحيث تعتمد إستراتيجية التسويق على دعم المؤسسة أو الماركة لنشاط إنساني أو قضية اجتماعية يشعر المستهلك بأنه معني بدعمها فتكسب بذلك تعاطفه.

وتعتمد هذه الاستراتيجية على درجة عالية من المصداقية من قبل المؤسسة التي يمنحها الجمهور ثقته وتقديره بالمقابل ويدعم القضية الإنسانية التي تبنّتها، فتنال الشهرة والسمعة الجيدة وتروّج من خلال ذلك لصورتها ومنتجاتها بطريقة غير مباشرة[11].

ومن أهداف إستراتيجية التسويق العاطفي الإضاءة على فلسفة المؤسسة وانخراطها في قضايا المجتمع وترسيخ صورتها في ذهن المستهلك وزيادة مبيعاتها كما تضيء على الجمعيات ذات الهدف الإنساني والاجتماعي.

[9] Semprini Andrea,la marquee,une puissance fragile,Paris:Vuibert,2005,p.32.
[10] https://prezi.com/v5fwatxavhpt/marketing-de-sympathie/
[11] https://fr.wikipedia.org/wiki/Marketing_de_sympathie

وفي مقال بعنوان ***LA SYMPATHIE AU SERVICE DE L'IMAGE DE VOTRE ENTREPRISE*** [12] في موقع Monde Economique الإلكتروني، عن رأس المال العاطفي في خدمة صورة المؤسسة من خلال إضافة بعض العاطفة على الاستراتيجية الإتصالية للمؤسسة، أشار الكاتب إلى أن أسلوب توجيه الرسالة وبطريقة غير مباشرة وعلى المدى الطويل يساهم في ترسيخ الرسالة في ذهن الجمهور. ومن هنا نجد أن المؤسسة من خلال استخدامها لاستراتيجية التسويق العاطفي تعبّر عن مسؤوليتها الاجتماعية في دعم الجمعيات والقضايا الانسانية.

وأشار موقع chaire.marquesetvaleurs.org في مقال بعنوان Le marketing humanitaire peut-il être créateur de valeur pour les marques ? إلى أن التسويق المرتبط بقضية إنسانية أثبت نجاحاً متزايداً فيما خص الماركة منذ ظهوره في الولايات المتحدة الأميركية في أواخر القرن العشرين. فارتبط شراء المنتجات بتقديمات المؤسسة التي تدعم قضية إنسانية وتروّج لحملتها إعلانياً. وقد ارتبط تطوّر الاستراتيجية التسويقية المرتبطة بقضية إنسانية مع تجاوب المستهلكين ومطالبة أوسع لتحمل المؤسسات مسؤولياتها الإجتماعية والأخلاقية. ولكن في المقابل شكّلت هذه الاستراتيجية أداة جديدة للتسويق ولتمييز الماركة وتغيير صورتها [13].

وسنعرض لأول حملة تسويقية إنسانية بعنوان American Express et la Statue de la Liberté وتُعدّ الحالة الأولى المعروفة في إطار التسويق الإنساني في العام 1983، حيث أطلقت شركة American Express [14] حملة لجمع التبرعات لاستعادة تمثال الحرية وإعادة تأهيله. وعرفت هذه العملية

[12] http://www.monde-economique.ch/fr/posts/view/la-sympathie-au-service-de-limage-de-votre-entreprise

[13] La chaire « Marques & Valeurs », abritée par le laboratoire du GREGOR de l'IAE de Paris, envisage de mieux comprendre la marque en croisant différents regards et en mobilisant différentes disciplines: la stratégie, le marketing, les ressources humaines, la finance et le droit. http://chaire.marquesetvaleurs.org/

[14] American Express شركة عالمية للخدمات المالية مقرها الرئيسي في مدينة نيويورك.

نجاحاً كبيراً واستحوذت على الأذهان. فإن التبرع بقرش واحد (penny) مع كل شراء بواسطة بطاقة الشركة AMAX ودولار واحد (dollar) مع كل طلب بطاقة جديدة، لصالح مؤسسة تمثال الحرية جمعت 1.7 مليون دولار، في حين سجّلت American Express زيادة تعادل 28% في استخدام بطاقاتها و45% على الطلبات الجديدة للبطاقات.

وهناك عدة أنماط من الحملات الإنسانية عرّفها موقع chaire.marquesetvaleurs.org[15] :

1- مشاركة المنتج: تساهم العلامة التجارية مالياً بدعم قضية إنسانية معينة من خلال تخصيص جزء من سعر مبيع المنتج لجمعية إنسانية محددة.

2- المؤسسة والأعمال الخيرية: حيث تقوم المؤسسة بإقامة نشاط أو عمل ذو مصلحة عامة له طابع خيري، تعليمي،علمي، إجتماعي، إنساني، رياضي، عائلي، ثقافي أو المساهمة في تطوير التراث الفني وحماية البيئة .

3- الماركة والشهادة: ما يوفّر للمستهلك معلومات تساعده على الاختيار من بين المنتجات من خلال إعلامه بخاصية جوهرية ، تضمن جودة المنتج وتموضعه اجتماعياً ... (Fairtrade Max Havelaar) [16]

4- شراكة محلية : الدفاع عن قضية محلية من خلال تقديم المنتجات بأسعار تشجيعية في هذه المجتمعات أو لتقديم الدعم لتحسين مستوى المعيشة وتلبية الحاجات الغذائية المحلية. (الشراكة

---

[15] http://chaire.marquesetvaleurs.org/sites/default/files/dt/marques_et_humanitaire.pdf

[16] The Max Havelaar foundation is an independent non-profit organization that licenses use of the Fairtrade Certification Mark on products in the Netherlands in accordance with internationally agreed Fairtrade standards. Through national campaigns, we drive awareness of the importance of fair trade with businesses as well as consumers. Max Havelaar is part of a larger international movement and one of 19 national Fairtrade organizations covering 24 countries.

بين مياه volvic والـ unicef مقابل شراء 1ليتر من مياه Volvic تساهم في استخراج 10 ليتر من مياه الشرب في النيجر.)

إلا أن اللجوء إلى الحملات الإنسانية في فرنسا كآخر خيار عندما تفشل النشاطات الترويجية، حدّ من استخدام هذه الحملات وأفقدها أهميتها. ومن خلال البحوث التي اجريت لمعرفة العوامل الأساسية لنجاح هذه الحملات، شملت المستهلك وبعض المؤسسات التي تلجأ إلى مثل هذه الحملات، مسؤولي التسويق، البائعين، وبعض الموظفين في فرنسا أشارت النتائج إلى ضرورة توفّر عدة عوامل تضمن نجاح مثل هذه الحملات الإنسانية وهي:

القضية: على المستهلك أن يشعر بأنه معني بأهمية القضية الإنسانية.

التماسك: الإتساق والتوافق بين قيم الجمعية الإنسانية والعلامة التجارية (نمط الشراكة المحلية) .

الحاجة الاستهلاكية للمنتج: أهمية شراء المنتج بالنسبة للمستهلك.

بساطة الشراكة: العمل المطلوب من المستهلك يجب أن يكون بسيطاً وواضحاً دون تعقيد في الإجراء (نمط مشاركة المنتج).

الإتصال الخارجي والداخلي: في الاتصال الخارجي على العلامة التجارية أن تثبت قابلية التنفيذ لطمأنة المستهلك حول مصداقية التبرع . وفي الاتصال الداخلي عليها أن تجلب الفخر للموظّفين وتحفّزهم وتوحّدهم حول القيم المشتركة.

الوسائل الإنسانية والمالية: إن الميزانية هي عنصر أساسي ولكنها ليست كافية لنجاح العمل بحيث يتطلّب مشاركة الإدارة العليا والموظّفين.

حملة شركة كوزمالين Cosmaline لدعم جمعية Brave Heart



قامت شركة كوزمالين Cosmaline لمنتجات العناية بالشعر والجسم، بحملة إنسانية ترويجية لدعم جمعية Brave Heart التي تهتم بالأطفال المصابين بأمراض القلب بعنوان "انقذ حياة طفل، سيتم التبرع بنسبة 5% من العائدات لصندوق Brave Heart ".

امتدّت هذه الحملة على مدة سنة كاملة قامت خلالها المؤسسة باستحداث استندات عرض مصمّمة للمنتجات التي تحمل ملصق الدعم وشعار الحملة .





حيث اعتمد الترويج على استراتيجية الجذب في أماكن البيع واعتمدت الرسالة الترويجية على مضمون إنساني "انقذ حياة طفل" وتم ربطه بإسم المؤسسة ومنتجاتها التي تم عرضها، شامبو " soft wave ". وتعمد هذه الاستراتيجية الترويجية إلى بناء صورة ذهنية لمؤسسة Cosmaline من خلال منتجاتها كدليل على مساهمتها في الحياة الاجتماعية ودعمها لإحدى الجمعيات الإنسانية التي تهتم بالأطفال المصابين بأمراض القلب Brave Heart من خلال تخصيص جزء (5%) من مبيعاتها.

طبعاً تستطيع هذه المؤسسة التبرع ودعم الجمعيات الإنسانية دون اللجوء إلى الحملات الترويجية. إلا أن هذه الاستراتيجية المعتمدة في الترويج قامت بالترويج للمؤسسة التجارية والجمعية الإنسانية في آن وقامت بإشراك المستهلك في دعم جمعية Brave Heart من خلال شرائه المعتاد للمنتج الاستهلاكي إذا كان من المستهلكين الدائمين له دون الحاجة إلى مساهمة إضافية، ومحاولة جذب مستهلكين جدد إضافيين

وحضهم على تجربة المنتج الذي اكتسب صفة الإنسانية والمسؤولية الاجتماعية من خلال هذه الحملة الترويجية .

ويقوم المستهلك من خلال هذه الحملة باستهلاك مزدوج ، استهلاك للمنتج واستهلاك للرسالة الترويجية من خلال عملية الشراء، أولاً بدافع الحاجة للمنتج وتالياً بدافع الحاجة للمساهمة في "انقاذ حياة طفل" فأضافت بذلك هذه الحملة الترويجية الإنسانية قيمة على فعل الاستهلاك وشدت انتباه المستهلك للقيام بشيء مفيد إزاء المجتمع والبيئة المحيطة به.

فإن اعتماد المؤسسة على التسويق العاطفي القائم على التعاون بين المؤسسة ومنتجها والنشاط الإنساني وعلى التجاوب العاطفي للمستهلك اكتسب مصداقيته من خلال استندات العرض وملصق الدعم على عبوة الشامبو ومن خلال اشتمال السعر على المبلغ المخصص للتبرع (دون تخصيص اي كلفة اضافية)، والتي تهدف من خلالها إلى بناء السمعة الجيدة والترويج لصورتها بطريقة غير مباشرة والإضاءة على جمعية Brave Heart وهدفها الإنساني الذي يحتاج إلى دعم شامل ولو كان بسيطاً.

وعليه فإن حملات الترويج الإنسانية التي تقوم بها المؤسسات من خلال تبني القضايا الاجتماعية ودعم الجمعيات الإنسانية تساهم في تقييم اداء المؤسسة على المستوى الاجتماعي ومدى انخراطها في دعم البيئة المحيطة بها كما تساهم في الترويج للمنتج من خلال استراتيجية ترويجية إنسانية تعمل من خلال عملية الشراء على الترويج لثقافة استهلاكية مسؤولة اجتماعياً وفي الاضاءة على الحالة الإنسانية التي تقوم الجمعيات بدعمها.

المراجع

حمد عرفة & سمية شلبي ، المبيعات والترويج ، دار النهضة العربية – القاهرة 1993 .

- chaire.marquesetvaleurs.org
- economictimes.indiatimes.com
- elasrag.wordpress.com , الأسرج عبد المطلب حسين،2012،"***دورالوقف الاسلامى في تفعيل مبدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات***"، باحث اقتصادي ومدير إدارة في وزارة التجارة والصناعة المصرية
- Elmond Marc et Dominic Picard, Relations et communications interpersonnels,1ère édition,Paris:Dund,2000,P23.
- fr.wikipedia.org/wiki/Marketing_de_sympathie
- Henry G. Manne & Henry C. Wallich,1972, Washington : American Enterprise Institute for Public Policy Research, P 25.
- lam09.weebly.com
- /prezi.com/v5fwatxavhpt/marketing-de-sympathie
- Semprini Andrea,la marquee,une puissance fragile,Paris:Vuibert,2005,p.32.
- www.definitions-marketing.com/definition/image-de-marque/
- www.monde-economique.ch/fr/posts/view/la-sympathie-au-service-de-limage-de-votre-entreprise

صراع السلطة والإعلام في الوطن العربي وأساليب السيطرة بينهما

د. إيكوفان شفيق

أستاذ بقسم الإعلام والاتصال

جامعة مولود معمري الجزائر

تقديم:

بات من المؤكد اليوم أن الصحافة تلعب دورا رئيسيا في المجتمعات المختلفة، وترقيتها وتطويرها كما لها دور فعال في عملية الإصلاح والتحول الديمقراطي .فمن أبرز مظاهر العصر الراهن ثورة المعلومات ووسائل الاتصال و الانتقال من مجتمع صناعي إلى مجتمع المعلومات،أو ما أصبح يعرف اليوم بمجتمع المعرفة. الأمر الذي يزيد من أهمية الإعلام و دوره، فبمقدار ما نملك إعلاما قويا ومقنعا بمقدار ما نستطيع تعزيز موقعنا في عالم الغد، ولا يكون ذلك إلا بمقدار مساحة الحرية التي تتمتع بها وسائل الإعلام لعرض الآراء والأفكار المختلفة والمتباينة حول القضايا التي تمس الفرد والمجتمع من جهة، واحترافية هذه الأخيرة والالتزام بالمبادئ الأساسية للإعلام وأهدافه النبيلة. فالإعلام أضحى شريكا رئيسيا في ترتيب أولويات واهتمامات الفرد. وأصبح للإعلام في الدول المتقدمة موقعا أساسيا في استراتيجيات وسياسات هاته الدول ولا يمكن لها انجاز مخططات التنمية دون الإهتمام بمجالات الاتصال وتحديث وتحسين أداء المؤسسات الإعلامية.ما جعل هذا القطاع يحظى بأهمية دولية بالغة، فقد وردت حرية التعبير والرأي في العديد من المواثيق الدولية بداية من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، فكان لا بد من تدخل القانون الدولي لحماية و تكريس حرية التعبير

إنه لمن الصعب ممارسة باقي حقوق الإنسان خاصة المرتبطة بالمشاركة بدون ممارسة الحق في الإعلام، كما أصبح هذا الحق، حقا أساسيا للدفاع عن باقي الحقوق، وللحق في الإعلام مبادئ عامة أيضا قامت الدساتير والقوانين الوطنية بتكريسها وفق سياسات إعلامية وخطة إعلامية لتنظيم الاتصال ودوره في الجسد الاجتماعي، والتي يساهم في وضعها إلى جانب ممثلي النظام السياسي المؤسسات والأفراد في مرحلتها النظرية أو النقدية. ووضع السياسات الإعلامية والأجندات التشريعية التي تعني بإبراز البنية الاجتماعية والسياسية للمجتمعات كما يمكن أن يعبر إعلامها عن طريقها عن مختلف الأفكار والإيديولوجيات التي يتبناها المجتمع فيما يتعلق بالطبيعة الإنسانية وعلاقة الفرد بالدولة وطبيعة المعرفة والحقيقة، فوسائل الإعلام في أي مجتمع هي مؤسسات وطنية تنطبع وتستجيب لضغوط القوى السياسية و الاجتماعية والجماهير، وهي نتاج وانعكاس تاريخ ومجتمعاتها. وتجسيد الحق في الإعلام ضمن السياسيات الإعلامية الاتصالية، هو تكامل تمليه فلسفة الاتصال، ويقتضي الأمر التأكيد على بناء نموذج اتصالي يقوم على المشاركة، وعدم الاقتصار على النموذج الرأسي للاتصال. والتنسيق بين سياسات الاتصال الوطنية ومبادئ الحق في الإعلام الدولية المتفق عليها، سواء على مستوى الدساتير أو قوانين الإعلام والنصوص التنظيمية للممارسة الإعلامية والمؤسسات الإعلامية.

وقد عرف الإعلام والسلطة منذ القديم حالة من الصراع والترقّب بينهما في إطار ممارسة كل طرف لما يراه حقا مشروعا : فالسلطة تسعى إلى إحكام النظام وفق منظورها، وسحب بساط المراقبة والمحاسبة من أي طرف باعتبارها المسؤول الشرعي على مقاليد النظام في الدولة، في حين يسعى الإعلام إلى تجريد الحقائق من الضبابية التي قد تسودها بدافع الأمن العام أو أسرار الدولة، وتقديم المقصرين في ذلك إلى المحاكمة الاجتماعية قبل المحاكمة القضائية. وعلى هذا الأساس بقيت العلاقة بين الإعلام والسلطة محتدمة، رغم تخلل فترات الاستقرار بينهما في الكثير من الأحيان. إلا أن الترقّب بينهما بقي قائما.

وبخلاف الدول التي تتبنى النظام الإعلامي الشيوعي الذي يرى أن الإعلام والسلطة هما وجهان لعملة واحدة، ولا وجود لصراع حقيقي بينهما، فإن غيرها من الدول وعلى أغلبيتها تعيش المواجهة الفعلية بين السلطة والإعلام، خاصة الإعلام الخاص الذي خرج من عباءة السلطة سواء من حيث التمويل أو التسيير. وهما في ذلك ـ أي الإعلام والسلطة ـ تستعينان بأساليب متعددة من أجل سيطرة كل واحدة منها على الأخرى. هذه الأساليب من شأنها أن تضمن هامشا أوسع من السيطرة، وتضمن لكل طرف احتمالات أكثر من أجل جلب الطرف الأخر في فلكها. وإذا كان للسلطة امتياز النفوذ والقانون، فللإعلام أيضا امتياز الجمهور والرأي العام، والذي من شأنه أن يغير من موازين القوى داخل حلبة الصراع.

1. الحق في الإعلام والتنظيم القانوني للمؤسسة الإعلامية:

تهدف المؤسسة الإعلامية مهما اختلفت طبيعتها إلى الإخبار والتوجيه والترفيه وتمكين المواطن من حقه في الإعلام، الذي تحدده النصوص القانونية المنظمة للإعلام، فالسياسة التشريعية تمثل مجموعة القواعد والأهداف والمصالح التي يتوخاها المشرع لتحقيق شكل معين من أشكال التنظيم والسيطرة على شؤون الصحافة والإعلام. وبموجبها يكون للمؤسسة الإعلامية إطار قانوني منظم لها. وحرية الإعلام بشقيها الحق في النشر والبث والحق في التلقي، مفهوم لصيق بشرط توفير الوسيلة الإعلامية فهذه الوسائل المادية، هي التي من شأنها أن تضمن إشباع حاجة المتلقي في إشباع الحق في الإعلام. فكلما كان تواجد الوسيلة التي تعكس واقع المجتمع الذي تعمل فيه متوفرا، ومتمتعا بهامش من الحرية، كلما تحققت إشباعات الجمهور في حاجاتهم الإعلامية. [1]

ومن أهم المبادئ المعلنة في مجال ممارسة الحق في الإعلام من خلال المؤسسة الإعلامية ما يلي:

-حرية الوصول إلى مصادر المعلومة.

-حرية النشر دون مراقبة سواء كانت مراقبة مباشرة أو غير مباشرة.

-الاعتراف قانونيا بحق الصحفي بعدم الإدلاء عن مصادر المعلومات السرية.

-الحماية من مخاطر الاحتكارات وتمركز وسائل الإعلام.

-على الدولة منح إعانات خاصة لصحافة الرأي ويجب ألا تكون هذه الإعانات وسيلة ضغط في بأي حال من الأحوال.

ينطوي الحق في الإعلام للمؤسسة الإعلامية على بعدين أساسيين:

أولا حق القائم بالإعلام في أداء مهامه بكل حرية : إذا لا يمكن الحديث عن حق كامل للجمهور في الإعلام دون إتاحة هذا الحق للقائم بالإعلام في مختلف المؤسسات، على اختلاف وتنوع اتجاهاتها ونخصصها. هذا الحق بدوره يشمل على شقين اثنين : حق القائم بالاتصال في الاطلاع على الوثائق والوصول إلى المصادر المباشرة وغير المباشرة للمعلومات والبيانات بدون أية عراقيل، وحصوله على إجابات كاملة عن كل التساؤلات المتعلقة بحدث معين والاستفسار عن القضايا المختلفة وحقه في التنقل ومقابلة المسؤولين إلخ. ذلك أن فتح مصادر الأنباء وإتاحة الفرصة للصحفيين للحصول على المعلومات بدون قيود يسهم بشكل كبير في زيادة قدرة الصحافة على الوفاء بحق الجماهير في المعرفة. وحقه في بث و إذاعة و نشر المعلومات والأنباء والآراء ،وتفاصيل الأحداث للجمهور من خلال وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، دون تدخل من أية جهة كانت، ودون أن يعرضه ذلك للتهديد و التخويف أو القتل أو الحبس.

ثانيا حق المتلقي : يقصد بالمتلقي الجمهور الذي تتوجه إليه وسائل الإعلام رسائلها ومضمونها، وهو الهدف الأساسي من الوسائل الإعلامية، والذي بدونه تختفي أية أهمية لتلك الوسائل، وتتعدد أوجه حقوق المتلقي حيث تشمل:

-الحق في أن تزوده من طرف وسائل الإعلام بالأخبار والمعلومات والأفكار وتفاصيل الأحداث عن كل ما يهمه وما يرغب فيه كما أنه يشمل كذلك حق التعرض لوسائل الإعلام دون مضايقة أو مراقبة أو مصادرة لتلك الوسائل من أي طرف.

-الحق في المشاركة الإيجابية في وضع السياسات الإعلامية والتخطيط لها ومراقبة تنفيذ تلك السياسات بحيث لا يقتصر دور الجمهور المتلقي على استقبال المعلومات فقط بشكل سلبي، بل يمتد إلى المساهمة في رسم السياسات وذلك كله بهدف زيادة درجة حجم المشاركة الشعبية الجماهيرية في صنع وتنفيذ العملية الإعلامية.

-الحق في الانتفاع بموارد الاتصال، بمعنى أن تكون وسائل الاتصال على اختلاف أنواعها متاحة أمام جميع أفراد المجتمع، ولا تكون حكرا على النخبة أو شرائح معينة دون غيرها، كما لا ينبغي أن تركز على فئات معينة و تهمل فئات أخرى..

تتمثل أهمية الحق في الإعلام الذي تؤديه المؤسسة الإعلامية، في أنه حق أساسي من حقوق الإنسان غيابه أو الانتقاص منه يؤدي إلى جملة من النتائج التي تؤثر سلبا على حقوق الأفراد والجماعات في أوجه متعددة منها: [2]

-فقدان المجتمع لأهم مقومات بنائه وتطوره.

-إن تشويه الحقائق وتحريفها وإخفائها من أبرز مظاهر غياب الوعي بأهمية الحق في الإعلام، وبالتالي تراجع الشفافية، وتلاشي علاقة الشعب بالسلطة.

-إن الجهل بما يجري من أحداث ووقائع أو تعتيمه، يؤدي إلى القيام باستنتاجات خاطئة كما يؤدي إلى تمجيد الحاكم وتقديسه وتراجع الرأي العام المستنير.

قد يتعثر الحق في الإعلام و ممارسته من طرف المؤسسة الإعلامية بمجموعة من العوائق والقيود التي تحول دون تكريس مبادئ حرية الإعلام نذكر من بين هذه العوائق:

– الإعتماد المتزايد للصحافة على وسائل الإنتاج المعقّدة والمكلّفة من أجل إصدار الصحيفة، فنتج عنها تحكم الرأسمالية في المجال الإعلامي، وتحول هذا القطاع من مجال خدماتي محترف، إلى مجال استثماري ربحي، لا يعير للمبادئ الأخلاقية والمهنية أيّ أهمية.

– طغيان الدعاية على الإعلام الذي يمنع الإعلام من تأدية وظيفته وممارسة حريته.

– ظهور التكتلات الصحفية في العالم الغربي استطاعت أن تعيق حرية التعبير في البلدان التي تصدر فيها، وقد انتقلت سياسة التكتلات إلى الوطن العربي، ما خلق أقطابا إعلامية ضخمة تقصي وتلتهم في فلكها جميع المبادرات الفتيّة في مجال الإعلام، وتفرض توجهها على الرأي العام من خلال سيطرتها على الساحة الإعلامية.

2. السلطة والحساسية من الإعلام :

إن المعلومة المتاحة هي صانعة للشفافية، ونتاج لها في بلدان تعمل وتحكم وتعيش تحت الضوء. وحيث الشفافية جزء لا يتجزأ من قدرة الناس على الرقابة والمساءلة وصناعة القرار، والانتفاع من المعلومة على أرضية تكافؤ فرص العيش كأفراد، تتقارب أقطاب السلطة والإعلام والجمهور.

إن التعتيم وحجب واحتكار المعلومة هو أسلوب شائع، تزاوله معظم النخب الحاكمة وغير الحاكمة في معظم شئونها سيما المالية منها، وحيث تضيق دائرة صناعة القرار ويسود منطق الإملاءات ومبدأ القائد والمنقاد، ما يتيح تمرير تجاوزات يصعب تمريرها في مناخ من الشفافية والتدفق السلس للمعلومات بين القمة والقاعدة صعوداً وهبوطا، تتضاعف فرص الفساد، وتقلّ الشفافية، وتلجم الألسن وتجف الأقلام.

ولأن الجمهور العربي عامة، جمهور مستهلك بالدرجة الأولى للمعلومات، وعاجز في الكثير من الأحيان على تمحيص المعلومة وتحليلها، وتبيّن خلفياتها وأبعادها، ارتبط بشكل وثيق بالإعلام، واعتبره المصدر

الأساسي لبناء منظومته المعرفية والمعلوماتية، وهذا ما زاد من تخوّف السلطة من وقع الإعلام على الرأي العام.

ومن الصعب جدا أن يستفحل الفساد في أيّة دولة، إلا في ظلّ تعتيم قويّ يحوم حوله، فالصمت والسكوت، والسرية بالخصوص، هي التي ينتعش على ضوئها الفساد. وأية محاولة لكشف هذا الأخير يمثّل تهديدا لوجوده. وعلى هذا الأساس مثّل الإعلام واحدا من أكبر أعداء الفساد، لما له من دور في كشف عورات المفسدين، وتأليب الرأي العام على القائمين عليه، وقد تتطور الأمور أكثر إلى ثورة على الحكم الفاسد، ومحاولة بتر أطرافها المترامية.

إن النقطة التي كان يفترض أن تجمع الإعلام والسلطة، هي الشفافية، فالسلطة تتغنى بشفافيتها في التعاطي مع قضايا الدولة، والإعلام يسعى إلى تجسيد هذه الشفافية بالشكل الذي يسمح له بإعلامها للجمهور، في ظلّ تعاون مبني على النقد السليم والبنّاء. يسعى إلى تحقيق المساءلة القانونية والمجتمعية. غير أن هذه النقطة هي التي باعدت الطرفين بشكل كبير، حيث اعتبرت السلطة مسألة الشفافية أمرا خاصا بها، تكيّفها كما تراها مناسبة، ولا يحق لأي طرف أخر فرض منظوره حولها، في حين تصرّ وسائل الإعلام على تجسيد هذه الشفافية على أصولها الصحيحة، خاصة فيما يخصّ نشر المعلومات والحصول عليها في الوقت المناسب. [3]

ومادامت الدولة هي تلك الشخصية المعنوية التي تختصر الإرادة العامة وتعبر بالتالي عن مصالح الشعب وتصون حقوقه، وما دامت المؤسسات الرسمية هي الإطار العملي الذي يجري تجسيد الإرادة العامة والمصلحة العامة من خلاله، فإن إطلاع الشعب على المعلومات الرسمية ومراقبة أداء الجهاز البشري الذي يدير هذه المؤسسات نيابة عنه يغدو حقاً من حقوق هذا الشعب التي يفترض أن يصونها الدستور.

إن حرية التعبير في الوطن العربي هي أولى ضحايا النظم السياسية المختلفة ويمكن اعتبارها القاسم المشترك لكل الدول الأعضاء في الجامعة العربية بنسب متفاوتة. والعلاقة

مع حرية التعبير في الثقافة العربية تتجاوز الطبيعة التسلطية للنظم السياسية لتكون جزءاً هاماً من بنية المجتمعات التي تحكمها هذه النظم، وذلك بالاستناد إلى إرث ثقافي وديني واجتماعي وتراكم من العادات والتقاليد. غير أن القوة التي كانت تحوزها السلطة في تقييد وسائل الإعلام، سرعان ما خفّت بعدما استقبلت الدول العربية التكنولوجيا الحديثة، وبداية استخدام شبكة الانترنيت، كقناة اتصالية أكثر تحررا.

فقد بدأت الشعوب العربية المقهورة والمؤسسات الإعلامية فيها باللجوء إلى التكنولوجيا لإحداث التغيير المطلوب في أنظمة الحكم، فاستخدم شعب مصر وتونس وليبيا واليمن مواقع التواصل الاجتماعي للدعوة إلى التظاهر ورفع الشعارات والإعلان عن أماكن التجمع، في خطوة أذابت جبل الجليد القائم على أنقاض الخوف والخمول في البلاد العربية منذ عقود خلت. فما حدث في تونس، حدث في مصر وليبيا واليمن، إذ نظم الشباب مظاهراتهم من خلال التنسيق عبر" الفيسبوك"، مما دفع السلطات في هذه الدول إلى حجب مواقع التواصل الاجتماعي، بينما ذهبت مصر أبعد من ذلك حين قطعت خدمة الإنترنت والاتصالات في كامل الأراضي المصرية.

لقد تحركت كرة الثلج، وبات من الصعب وقفها، وفي تحركها سيتغير حجمها بشكل متواتر، وستطيح في حركتها ما كان يمثّل عقبة في طريقها وطابوهات يحرم الاقتراب منها.

إنها حركت شبكة الانترنيت التي تغالب تعسّف الأنظمة الممارس على وسائل الإعلام والاتصال الكلاسيكية. فلم تكد الحكومات تفيق وتلتقط أنفاسها مما سببه لها المدونين من صداع مزمن، حتى تفاجأت بشوكة أخرى أتاحتها لهم شبكة الانترنيت، وهي الفيس بوك. هذه الوسيلة التي تحولت إلى أداة مهمة في يد الناشطين في حقوق الانسان، من أجل دعم حقهم في مناطق تعتبر الأكثر قمعا في العالم.

ورغم أن هؤلاء الناشطين معظمهم من غير النخبة، إلا أنهم نجحوا في تسليط الضوء على الفساد وقمع الحكومات والأنظمة الديكتاتورية، التي تعبت في محاولاتها لكبح جماح هؤلاء الناشطين، سيما وقد كسبوا إلى جانبهم كتل ضخمة من قوى وحركات المعارضة العربية.

وإذا كان من السهل على الأنظمة أن تمارس رقابتها والتضييق على وسائل الإعلام الكلاسيكية عبر المنع من البث أو النشر أو الطباعة غير أن الأمر يختلف مع شبكة الانترنيت. فحتى المنع من البث يأتي متأخرا بعد نشر المواضيع فعليا على الشبكة وغالبا ما تتناقله المواقع عبر خاصية RSS لذلك لا تجد الانظمة من سبيل سوى متابعة هؤلاء الناشطين وتسليط عقوبات عليهم.

ورغم أن جلّ الدول العربية تملك وزارة للإعلام والاتصال، وبعضها تملك وزارتين منفصلتين مهامها النظرية تكريس الحق في الإعلام والاتصال، غير أن هذه الشعارات البرّاقة، لا ترقى إلى تطبيق ميداني. فعادة ما تتحرك هذه الوزارات المعنية للدفاع عن مبدأ الإعلام من خلال تكميم أفواه وسائل الإعلام. فهي قبل كل شيء، تابعة للأنظمة ولا تملك سوى تطبيق توجه هذه الأخيرة، وضمان مصالحها.

إن الوضع الحالي الذي أصبحت عليه الأنظمة العربية، أقل ما يقال عنه أنه حرج، فهي لم تعد في مواجهة جماهير داخلية فقط، إنما أصبحت تحت اضواء أنضار العالم، وهي بذلك مجبرة على إعادة فحص وضعها بخصوص حساسيتها من الإعلام والرأي العام. وليس أحسن لها من أن تتعايش مع وسائل الإعلام بمنظور أكثر تفتحا، بدل المواجهة التي لم تعد في صالحها، ومن الممكن أن تعجّل في نهاية أنظمتها القمعية التي طالما عاثت فسادا في حقوق الإنسان.

3. أساليب سيطرة وسائل الإعلام على السلطة، وسيطرة السلطة على وسائل الإعلام :

أ. أساليب سيطرة وسائل الإعلام على السلطة :

تحظى وسائل الإعلام بقدرة كبيرة على التأثير، وهي بذلك تساهم بشكل مباشر في تغيير الواقع المعاش في الكثير من الدول، ما أعطاها قوة في مواجهة السلطة. وتستخدم وسائل الإعلام في ذلك أساليب متنوعة، تستمدّ منها قوتها. ويمكن سرد أهم هذه الأساليب في النقاط التالية :

ـ **تكوين وتوجيه الرأي العام :** تبحث الجماهير عن الزعيم والقائد لتحقيق وتلبية الحاجات المعنوية والنفسية والمادية وتزداد حاجتهم في حالة الخوف والشك. حيث أن المواطن يشعر بالأمان مع الزعيم الذي يمارس دور القائد والموجّه، لذا نجد الثقة فيه تزداد وتنمو.

والزعيم مطلوب منه أن يستخدم رموزا مشتركة مع الناس وتكون لها تأثير عليهم وعلى آرائهم واتجاهاتهم.

وتعزز الناس صفة الزعامة للشخص بالقدر ما يكون مطابقا في الفكر والسلوك لقيمهم وقيم المجتمع.

فعندما تكون ثقافة المجتمع تقدّر ذوى القوة فإن القائد الفكري هو الزعيم وعندما تكون الثقافة تقدر الحداثة والتطور المادي فان الزعيم يكون هو رجل الصناعة والإنتاج ... وهكذا كل العصور والأزمنة والمجتمعات، تخلق القائد الذي يعايش خصائصها وظروفها التي وجد فيها.

والاتجاه الحديث في الدراسات يفسر الزعامة على أساس السمات الشخصية أو المواقف الاجتماعية من خلال نظريتين:

الاولى : نظرية " الرجل العظيم " المرتبطة بالصفات الذاتية.

الثانية : نظرية "ملائمة العصر " المرتبطة بالمواقف التي تخلق الزعيم.

ويوجد دور مهم لوسائل الاعلام في خلق الرموز القيادية ونشر المعلومات عن الزعامات وتكوين الرأي العام حوله وتصنعه بصفات وألقاب قد تتوفر فيه وقد لا تتوفر فيه.

ويساهم الزعيم في عملية الضبط الاجتماعي حيث يعمل الزعيم على ان تتصل الجماعة الاهداف والقيم التي يؤمن بها، ويرفع الروح المعنوية للشعب وخاصة إذا كان تاريخه قوي وسيرته مشرفة. [4]

والزعامة تظهر في كل مجال من مجالات الحياة السياسية والفكرية والعسكرية والاجتماعية والنفسية والرياضية والاقتصادية...

والرأي العام، عادة ما يتعاطف مع الآراء المخالفة لما تفرض عليه في المجتمع، خاصة إذا كانت هذه الآراء تنتج عقوبات على مخالفيها، وعليه، حينما تتبنى وسائل الإعلام خلاف الآراء المفروضة من طرف السلطة، تلتف حولها الجماهير وتتّحد في رأيها. وباستخدام بعض الأساليب، كقادة الرأي، تصل وسائل الإعلام إلى أهداف استراتيجية في صناعة الرأي العام وتوجيهه.

ـ **الانسياب الجماهيري** : لا توجد قنوات بديلة عن وسائل الإعلام في بلوغ أكبر قدر من الجماهير، فالإعلام يملك من الوسائل المتعددة ما يؤهله لاستهداف عدد لا محدود من الجماهير، ما يجعله قادرا على تحريك هذه الأخيرة في الاتجاه الذي ترسمه لهم وسائل الإعلام.

ففي ظل تزايد المعلومات في العصر الحديث، أصبحت المعلومات تمثل مصدر قوة وتميز لمن يمتلكها ولمن يستطيع الوصول إليها، فعلى المستوي العام للمجتمع، تسعي معظم الأنظمة كالنظام السياسي والاقتصادي وغيرها إلى الحصول على المعلومات من أجل بقاء النظام وقدرته على التفاعل مع المجتمع والأنظمة الأخرى ، وعلى المستوي الخاص للأفراد يسعى كل فرد إلى الحصول على المعلومات لتحقيق الأهداف الاجتماعية والنفسية. وتعتبر وسائل الإعلام أحد مصادر المعلومات الهامة والرئيسية، التي يعتمد عليها الأفراد في العصر الحديث.

في المجتمع الأمريكي على سبيل المثال، فإن وسائل الإعلام تقوم بمجموعة متنوعة من الوظائف منها تقديم معلومات عن الحكومة، الخدمة في حالة الطوارئ، كما تعتبر المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القومية والعالمية. كما توفر أيضاً كماً هائل من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية.

ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، السياسي والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة.

ومع التطور التكنولوجي، ودخول الانترنيت عالم وسائل الإعلام والاتصال، اتّسعت رقعة الجماهير المستهدفة بشكل أكبر، وأصبحت المعلومة تتسم بطابع مختلف، تجمع خصوصيات الوسائط المتعددة.

وقد تجسّدت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل أكبر في الفترة الأخيرة، ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي " أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي ، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال " وهذا هو معني العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.

ـ **التفاعل الجماهيري** : مع تطور وسائل الإعلام، ودخول الانترنيت عالم هذه الأخيرة، كسبت رهانا جديدا مثّل ضربة قاسية للدكتاتوريات التي يمكن أن تمارسها السلطة. فهي لم تكتفي بدمج ما يعرف بالوسائط المتعددة في رسائلها الإعلامية، والتي من شأنها تجسيد الاحداث والوقائع بكل تفاصيلها، بل فتحت فضاء للجماهير من أجل التحليل وتبادل الآراء والأفكار.

ويعتبر الإعلام التفاعلي هذه الأيام آخر طفرة في تكنولوجيا الاتصال، حيث تحقّقَ نقل البرامج التقليدية (صحافة– إذاعة – تلفزيون – هواتف) عبر الإنترنت، وبذلك أُتيحت الفرصة لجميع الناس للوصول إلى تلك البرامج والتفاعل معها. ويتحقق الاتصال عبر الإعلام التفاعلي من فرد إلى فرد أو من فرد إلى جماعة أو من جماعة إلى جماعة أكثر، بهدف الاستفادة من التكنولوجيا في الإقناع والتوجيه عبر البرامج السياسية والاجتماعية والثقافية، وأيضاً في التسلية ، حيث يتمكن الإنسان من الوصول إلى ما هو متوفر،

بعيدا عن تدخل أية سلطة، وأن يُشارك إما في الحوار، أو في الشراء والبيع، أو التسلية. كما يُتيح الإعلام التفاعلي فرصة الاستفادة من خاصية استرجاع المعلومات ونشرها.

وقد نجحت وسائل الإعلام هنا في الوقت الذي فشلت فيه السلطات والانظمة في تجميع شمل جماهيرها حتى في أهم المحافل السياسية كالانتخابات والحملات السياسية. وبذلك خلقت وسائل الإعلام فضاء افتراضي تطبخ فيه المواقف دون إزعاج من السلطة والأنظمة. كما أزالت الخوف الذي كانت تتّسم به وسائل الإعلام التقليدية في نشرها للمعلومات، وهذا الأمر جعل العديد من برامج الإذاعة والتلفزيون بعيدة عن طموحات ومشاكل الجماهير.

ولقد لاحظنا خلال السنوات الماضية أن التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي كان بارزاً ومؤثراً أكثر من بروزه وتأثيره في وسائل الإعلام التقليدية، باستثناء بعض الصحف التي بدأت تنشر تفاعلات الناس عبر الوسائط الأخرى.

ـ **تغيير السياسات والانظمة نتيجة كشف الفساد :** لا تأبه معظم الأنظمة السياسية لتفشي الفساد، مادام هذا الأخير، يسري تحت رعايتها، ولا يهدد استقرار المناصب، ولأن شرطا الهدوء والسرية متوفران، فالفساد سيأخذ مسراه الرسمي في حدود ترسمها السياسات مسبقا.

غير أن تدخل وسائل الإعلام في كشف هذه " العورات " من شأنه إزعاج السلطة، وقد يتطور الأمر لأكثر من ذلك من خلال تأليب الرأي العام على هذا الوضع، فيزداد موقف السلطة حرجا، وتصبح مجبرة على التضحية ببعض رموز الفساد لتخفيف الضغط الإعلامي والشعبي. [5]

وجميعنا يذكر كيف استطاع الإعلام أن يطيح برئيس أكبر دولة، وهو الرئيس الأمريكي الاسبق " بيل كلينتون " في فضيحته الجنسية مع " مونيكا لونيسكي "، حيث تحصل أحد الصحفيين على معلومات تفيد بذلك، قبل أن يتقصّى الحقائق، وتتحول القضية إلى التحقيق التي أثبتت في النهاية علاقة الرئيس

الأمريكي بعشيقته، وكذبه على الشعب بنفيه لتلك العلاقة في وقت سابق، ما أدى به إلى استقالته من منصبه كرئيس للدولة العظمى.

وإن كان الحكام العرب أقل شهامة بكثير من الرئيس الأمريكي، إلا أنهم يجبرون في الكثير من الأحيان على بتر بعض اطراف الفساد لإنقاذ جسد السلطة من الانقلاب أو الانهيار. لكن ذلك في النهاية يخفف شدّة الفساد، وينصف توجّه ورغبة الرأي العام الذي بقي لعقود تحت عباءة القمع.

ب. أساليب سيطرة السلطة على الإعلام :

امتلكت السلطة منذ القديم وسائل هامة في التحكم في وسائل الإعلام والسيطرة على حدودها في تفاعلها مع الجمهور، وإذا كانت هذه الوسائل، لم تتطور بشكل لافت منذ القديم، مقارنة مع أساليب سيطرة وسائل الإعلام على السلطة، إلا أنها مازالت السلطة تجابه بها وسائل الإعلام. ويمكن ذكر أهم هذه الأساليب في النقاط التالية :

ـ التضييق القانوني على تراخيص إنشاء ونشاط وسائل الإعلام : تحتاط معظم الدول العربية في تعاملها مع وسائل الإعلام منذ بداية حياتها، وذلك بالتضييق على شروط منح تراخيص إنشاء وسائل الإعلام. وتشتدّ هذه الشروط حسب أهمية الوسيلة الإعلامية.

وقد أوجدت هذه الأنظمة ترسانة قانونية محكمة، تعمل على تقليص حظوظ حرية التعبير، خاصة المتعارضة مع توجه هذه الأنظمة. وتوزّع السلطة هذا التضييق عبر ثلاثة مراحل :

المرحلة الأولى : التضييق في تقديم تراخيص الإنشاء : وهنا تبالغ السلطة في وضع ضوابط وشروط للحصول على القبول الأولي لإنشاء الوسيلة الإعلامية. ففي الجزائر مثلا، تشترط على صاحب الوسيلة الإعلامية أن يكون جزائريا، وغير مسبوق قضائيا في قضايا مخالفة للأداب، وفي مصر تنص المادة 50

من قانون تنظيم الصحافة لسنة 1996 على حظر إصدار الصحف أو الإشتراك في إصدارها أو ملكيتها بأية صورة من الصور علي الممنوعين قانونا من مزاولة الحقوق السياسية. وفي تونس يشترط القانون أن يكون لكل دورية مدير مسؤول تونسي بالغ سن الرشد ومتمتع بحقوقه المدنية والسياسية كما يجب أن يكون له مقر معلوم بالبلاد التونسية. وقس على ذلك الكثير من الدول الأخرى التي لا تربط ربطا منطقيا، ولا تفصل بين الحق في الإعلام والحقوق الأخرى.

المرحلة الثانية : التضييق أثناء ممارسة النشاط الإعلامي : كثيرا ما تقطع السلطة الطريق على الرسائل الإعلامية أثناء الممارسة، وذلك من خلال عدة ممارسات، مثل تجفيف مصادر المعلومات، حيث تحظر الكثير من المعلومات من التناول الإعلامي، وتدرجها ضمن الخطوط الحمراء التي لا يجوز الاقتراب منها، على غرار المواضيع الأمنية. وكذا تأخير تقديم المعلومات، إضافة إلى بعض الممارسات الأخرى التي من شأنها إعاقة النشاط الإعلامي.

المرحلة الثالثة : التضييق بعد النشر أو البث الإعلامي : وهنا تتحرك السلطة عندما تنتبه متأخرة إلى وجود رسائل إعلامية غير مرغوبة، فتقوم إما بمنع توزيع الصحف مثلا، أو سحبها ومصادرتها سواء على مستوى المطابع أو نقاط التوزيع والبيع، إضافة إلى التشويش على البث الفضائي للقنوات التلفزيونية، لمنع التقاطها من طرف الجمهور.

ـ **التحكم عن طريق الإشهار** : بات مؤكدا أن تعليق صدور بعض الصحف، وتوقيف البعض يصب في الشق السياسي والتنظيمي للعلاقة بين السلطة السياسية والصحافة، خاصة ما يتعلق الأمر بالنشر مضمون المادة التحريرية الصادرة من هذه الصحف وبعد ما تفطن القائمين على ناشري الصحف الوطنية الخاصة، إلى استخدام السلطة لأي وسيلة تمكنها من الضغط عليها ومحاولين توجيه رؤى هذه الصحف المتمثلة في السياسة التحريرية، أبقت السلطة على احتكارها للإشهار واستخدامه كوسيلة ضغط اقتصادية.

ففي الجزائر مثلا بقيت الوكالة الوطنية للنشر والإشهار والتوزيع، محتكرة لمجال الإشهار منذ أربعة عقود، حيث تتولى هذه الوكالة مهمة توزيع الإشهار على المؤسسات الإعلامية، غير أن معايير هذا التوزيع، لا تعتمد على قيم موضوعية، بل تكيل بمكيالين في توزيعها للإشهار، حسب موالاة هذه الوسائل الإعلامية للسلطة. وكما هو معروف، فالإشهار هو القلب النابض لأية وسيلة إعلامية لضمان استمراريتها في الساحة الإعلامية، ومحاولة تجفيف هذا المصدر، هو في حدّ ذاته حكم بالإعدام في حقها.

ـ منع المساعدات المالية، ورفع الضرائب والرسوم :

من أجل الوصول إلى مستوى إعلامي متميّز يساهم في تحسين محاسبة المسؤولين، ومجتمعات غنية بالمعلومات، من المهم الإدراك أن ذلك يعتمد على الاستقلالية المالية لوسائل الإعلام. كما أن هذه الاستقلالية، بدورها، تتأثر بعاملي الاقتصاد المحيط بها والمقدرة الخاصة لمؤسسة الإعلام المعنية التي تمكنها من تحويل بيئة اقتصادية مُعيّنة لصالحها.

غير أن ذلك نادرا ما يتحقق بسبب إصرار الأنظمة السياسية على إبقاء التبعية المالية لهذه الوسائل، من أجل تمكنها من توجيهها. وبذلك تحافظ على هامش كبير من الموالاة. ويتحقق لها ذلك من خلال منع أو تحديد حجم المساعدات التي تمنحها الدولة لهذه الوسائل، فبعض الدول لا تساهم ولو بقدر ضئيل من المساعدات المقدمة لإعلامها الخاص، في حين تذهب بلدان أخرى إلى سياسة التقطير، والكيل بمكيالين في منح المساعدات المالية المقدمة لوسائل الإعلام، في حين تجرّم معظم الدول العربية تلقي مساعدات مالية أو هبات من أطراف خارجة عن إدارة الوسيلة الإعلامية، لتجفيف أية مصادر تمويلية، من شأنها تحسيس الوسيلة الإعلامية بالتحرر من قبضة السلطة. وتذهب الكثير من الأنظمة إلى أبعد من ذلك، حيث تعمل زيادة على تقليص أو إلغاء المساعدات المالية على رفع حجم الضرائب والرسوم المفروضة على النشاط الإعلامي، لتجد هذه الوسائل نفسها غارقة في كمّ كبير من الديون، يستحيل معها مواصلة

المسيرة الإعلامية. وهنا قد تتحرك السلطة من أجل شراء ذمم الإعلام المعارض، من خلال تخييره بين مساعدات مالية لتخليصه من وضعه الاقتصادي الحرج، أو الخروج من الساحة الإعلامية بإشهار إفلاس المؤسسة، وما ينتج عنها من متابعات قضائية.

ـ **الإطناب القانوني في جرائم الصحافة** : تذهب معظم التشريعات العربية في مجال الإعلام إلى تخصيص جانب مهم من مضمون هذه القوانين في سرد العقوبات الصحفية، أو ما يعرف بجرائم الصحافة التي تتمخّض عنها عقوبات كثيرا ما تتميز بقساوتها. وإذا كانت بعض الدول تراجعت مؤخرا في إقرار عقوبة السجن للصحفي، كما ذهبت إليه الجزائر في قانون الإعلام لسنة 2012، إلا أن جلّ الدول العربية، مازالت تقرّ بعقوبة لا تقلّ خطورة عن سابقتها حسب تصنيف منظمة صحفيون بلا حدود، ألا وهي عقوبة غلق أو مصادرة الوسيلة الإعلامية. وأمام الغموض الكبير الذي يسود الكثير من النصوص القانونية المجرّمة للنشاط الإعلامي، خاصة فيما يخصّ النصوص الفضفاضة التي يعتمد عليها المشرّع في تقييده لبعض الأحكام، والتي يمنح فيها السلطة التقديرية للقاضي، تعان الكثير من وسائل الإعلام من شبح المتابعات القضائية، التي لا تكاد تسلم منها وسائل الإعلام الخاصة.

فالأمن القومي، وأسرار الدولة، والنظام العام.... كلها أحكام نصّية، يوردها معظم المشرعين في الدول العربية، ويصنفونها في خانة الجرائم الصحفية، لكنها أحكام مطّاطة قد يدرج فيها أيّ موضوع إعلامي يزعج السلطة، ويستند عليه في متابعة الوسيلة الإعلامية، وفرض عقوبات قاسية عليها، قد تصل حدّ الوصف بالعمالة.

وأمام هذا الوضع، تجد وسائل الإعلام نفسها ملزمة على توخي الحذر في كل ما تنشره أو تبثه، وفي ذلك مساس خطير بمبدأ الحق في الإعلام الذي مازال بين مدّ وجزر في الدول العربية.

الهوامش :

1. صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية في الجزائر، المنطلقات النظرية و الممارسة، من نخبة من الأساتذة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، العدد13

1991- 1992 ص ص 09

2. حفيظة السنوسي، الإذاعة المحلية العادات الاستماعية للمجتمع المحلي في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة2 الجزائر، الجزائر .ص،4

3. أحمد ظاهر، حقوق الإنسان، دار الكرمل، عمان، 1993 ، ص،29

4. محمد أبو حشيش، الرأي العام والحرب النفسية وتطبيقاته على الواقع الفلسطيني، جامعة الأقصى، فلسطين، 2014، ص 18

5. وجدي حلمي عيد عبد الظاهر، نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، قسم الإعلام، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية

استخدامات طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققه منها- دراسة تحليلية على طلبة جامعات اليرموك والبلقاء والبترا والزيتونة

للفترة من 2015/7/1 حتى 2015/8/30

د.عبدالرزاق الدليمي

أ. احمد عبدالعزيز السرحان

جامعة البترا/كلية الإعلام-الاردن

الملخص:

هدفت الدراسة الى معرفة كيفية استخدام شبكات التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعات الاردنية الحكومية والخاصة وتوضيح أشكال تأثير و تأثر شبكات التواصل الإجتماعي بالعملية الإعلامية ككل.معرفة مدى إقبال الجمهور على إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي.توضيح كيفية إستخدامهم لهذه المواقع.التعرف على نوعية المواضيع الأكثر إجتذابا للجمهور على هذه المواقع.تحديد مدى تفضيل الطلبة لمواقع التواصل الإجتماعي كمصدر أول للأخبار .تحديد مدى قدرة هذه المواقع على خلق رأي عام تجاه قضايا جديدة.توضيح مدى تأثير هذه المواقع على تعديل و إعادة توجيه الآراء تجاه قضايا معينة.محاولة التوصل إلى أكثر مواقع التواصل الإجتماعي تأثيرا على الطلاب عينة الدراسة وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج ابرزها:

ان ترتيب مصادر المعلومات و الأخبار من حيث الأفضلية بالنسبة لهم، كانت كالآتي:

- في المرتبة الأولى: مواقع التواصل الإجتماعي، بنسبة 64.%
- في المرتبة الثانية: التلفزيون، بنسبة 16.%
- في المرتبة الثالثة: الصحافة الإلكترونية، بنسبة 14.%
- في المرتبة الرابعة: الصحافة الورقية، بنسبة 4.%
- في المرتبة الخامسة و الأخيرة: الراديو، بنسبة 2%.

كما توصلت الدراسة الى عدد من التوصيات ابرزها:

1- فرض نوع من أنواع الرقابة سواء الحكومية، أو المجتمعية، أو العائلية، أو حتى الذاتية على الموضوعات و ما يعرض على مواقع التواصل الإجتماعي.

2- التيقظ إلى أن الكثير من أساليب توجيه و تكوين الرأي العام من خلال مواقع التواصل الإجتماعي لا تأتي بصورة مباشرة و واضحه، بل قد تكون متخفية في هيئة موضوعات إجتماعية أو ترفيهية أو حتى أخبار و صور عابرة.

3- إدراك دور الفرد في تكوين الرأي العام، فقد أصبح الفرد الواحد قادرا على أن يوصل رأيه إلى آلاف الأصدقاء بل إلى العالم كله من خلال "كبسة زر" و بسرعة فائقة.

المقدمة:

مع التطور التكنولوجي في العصر الحديث و ظهور شبكة الإنترنت، فرضت مواقع التواصل الإجتماعي نفسها بقوة كوسيلة إتصالية و إعلامية ذات إنتشار واسع في مختلف دول العالم.

و لربما كانت هذه المواقع نتيجة حتمية للعولمة التي سعت خلال العقود الماضية إلى تحويل العالم كله إلى قرية صغيرة.

ولا يستطيع اي شخص واعي و مدرك لماهية الأمور أن ينكر تأثير هذه المواقع في حياة المجتمعات. فلم تعد وسائل الإعلام و الإتصال اليوم تقتصر على الوسائل المطبوعة و المسموعة و المرئية، بل اصبحت

الوسائل الإلكترونية من صحف إلكترونية، و مواقع التواصل الإجتماعي، و الهواتف الذكية من أكثر وسائل الاتصال فعالية.

فوسائل التواصل الإجتماعي لم تعد خيارا بل أصبحت إلزامية لجميع المؤسسات و المنظمات العامة و الخاصة التي تسعى إلى نجاحها و تحقيق أهدافها، و ذلك بإستخدامها في مختلف أغراض الإعلان، و النشر، و التسويق، و الدعاية، و غيرها.

ولعلّ تغيير الاتجاهات السياسية من أهم ما يشغل الباحثين الإعلاميين، حيث ان انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل مؤسسات عديدة عملت على تشكيل الاتجاهات بشكل عام ، ومن هذه المؤسسات التي عملت على تشكيل هذه الاتجاهات السياسية لدى الفرد سابقاً (الأسرة، والمدرسة، والجامعة، والمؤسسات الدينية، والمؤسسات الإعلامية، الخ...)، ولكن مع ظهور العنصر القوي في تغيير هذه الاتجاهات والمقصود بها مواقع التواصل الاجتماعي ، برزت الحاجة الى تحليل ودراسة عوامل استقطاب وتأثر الشباب الجامعي لاسيما الجانب الكبير منه في الاعتماد على ما تتناوله المواقع والصحف على الشبكة العنكبوتية وعلى ما يتم تداوله من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل Face book, twitter , You tube مع عدم إهمال نسبة تأثر المواطن بما تعرضه وسائل الاعلام الاخرى ومن هنا مثلت شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنيت ساحات مفتوحة للحوار وتبادل الاراء والافكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا، وتتنوع هذه المنتديات والشبكات بصورة ملحوظة، فهناك منها المتخصصة في مجال معين، وهناك المنتديات وشبكات التواصل المعنية بالموضوعات العامة، اضافة الى هناك المنتديات العربية والعالمية التي تعمل على زعزعة الأمن والاستقرار للدولة(الدليمي 2011 الصحافة الالكترونية والثورة الرقمية)

مشكلة الدراسة: نحاول في هذه الدراسة الاحاطة بسؤال مهم وهو ماهي طبيعة استخدامات طلبة الجامعات الاردنية عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وماهي الاشباعات المتحققة من هذا الاستخدام ؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذا البحث من طبيعة الموضوع الذي يتناولة سيما عندما تتعلق المساءلة بانبعاث قيم جديدة ووعي جديد عبر تحولات جديدة عالمية وشرق اوسطية ،حيث يسعى هذا البحث إلى رصد شريحة الشباب والتي هي من أهم الشرائح داخل المجتمع كونه يعتبر اللبنة الاساسية في بناء مجتمع متحضر متقدم، حيث ان الشباب هم عنصر فاعل ومهم في قضايا عديدة كونه يمتلك القدرة على العطاء، فضلاً على التركيز على ثقافة المشاركة باعتبارها دافعاً ومحركا في عملية التنمية الشاملة ، وهذه تعتبر من أهم السمات في المجتمعات الديمقراطية المتقدمة.

لذلك فان الدراسة استمدّت أهميتها من كونها تصدّت لموضوعا مهماً ألا وهو طبيعة استخدامات طلبة الجامعات لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة منها، يضاف الى ذلك مايلي:

أ- أهمية ما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنيت من فرص متنامية للحوار الديمقراطي الحر كبديل للصراع والعنف، اذ يمكن للمشاركين انشاء منتديات جديدة للحوار يطرحون فيها ما يشاءون من افكار واتجاهات واراء بتكاليف زهيدة، كما يمكنهم التعبير عن رؤيتهم من خلال المشاركة في المنتديات المختلفة على شبكة الانترنيت.

ب- تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً حيث يمارس فيه النقد، ويولد أفكاراً وأساليب لها أهميتها، وأيضاً طرقاً جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين إفراد المجتمع، وربما الأكثر أهمية، يشير الى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين

السيطرة والحرية، وبين العمل والبطالة، وبين المعارضة والحكومة، ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطاً، للاتصال الجماهيري.

ت- تنامي اهمية القضايا الداخلية والخارجية التي تواجه المجتمع الاردني وتركيبتة السكانية ومنها على سبيل المثال قضايا الإصلاح السياسي ، والتطور الديمقراطي، ومحاربة الارهاب، ومحاربة الفساد، ومبدأ الدين لله والوطن للجميع بالاضافة الى القضايا السياسة الخارجية، وعلى راسها تأثر الاردن بما يدور من تحولات سياسية لدول عديدة بالمنطقة، اضاف الى دور الاردن الاقليمي .

ج- قلّة الدراسات الإعلامية التي تتناول الموضوع الاردني بحسب علم الباحثان والتي كشفت عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثير هذه الوسيلة الإعلامية على تشكيل الاتجاهات المختلفة لطلبة الجامعات الاردنية عينة الدراسة .

-أهداف الدراسة:

ان هذه الدراسة تسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية :

أ- التعرف على طبيعة استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهم المختلفة .

ب- معرفة القضايا التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي والتي تستحوذ على اهتمامات طلبة الجامعات الاردنية عينة الدراسة. .

ت- معرفة الاشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعة .

ث- الخروج باقتراحاتٍ وتوصياتٍ تسهم في تطوير دور مواقع التواصل الاجتماعي في حياة طلبة الجامعات الاردنية .

- أسئلة الدراسة:

أ- ماهي طبيعة استخدام طلبة الجامعات الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهم المختلفة.

ب- ماهي اهم القضايا التي تطرحها مواقع التواصل الاجتماعي والتي تستحوذ على اهتمامات طلبة الجامعات الاردنية عينة الدراسة . .

ت- ما الاشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعة.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بالعينة(Descriptive Method) ، ونعني بهذا النوع من المناهج بأنه: هو "الطرق والإجراءات والأدوات التي تستخدم لدراسة الظاهرة او الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والاتجاه ، اي ان الوصف يتضمن تحليل بنية الموضوع وتوضيح العلاقة بين مكوناته ووصف ابعاده المختلفة كما هي في الواقع ، ويرتكز الوصف على الوحدات او الشروط او العلاقات او الفئات (التصنيفات) او الانساق الموجوده بالفعل ، وفي بعض الاحيان يشمل الوصف الاتجاهات والاراء والعمليات الداخلة في موضوع الدراسة والمتغيرات ذات الصلة " إذ يتم الحصول على المعلومات من خلال عمل الباحث لاستبانة بموضوع الدراسة وتوزيعها على فئة طلبة الشباب الجامعي من كلا الجنسين في كل من الجامعات الاردنية التي تمثل حالة الدراسة لمعرفة طبيعة ونوع الاتجاهات لدى طلبة هذه الجامعات.

حدود الدراسة:

أ- حدود الدراسة المكانية :

اعتمد الباحث المملكة الاردنية مكاناً لتطبيق الدراسة ومنها اختار اربعة جامعات من محافظات مختلفة (جامعة اليرموك الحكومية في اربد وجامعة البلقاء الحكومية في السلط والبترا الاهلية في عمان والزيتونة في مادبا)

ب- حدود الدراسة الزمنية :

تم انجاز العمل وتطبيق هذه الدراسة في الفصل الدراسي الصيفي من العام الجامعي 2015 (1-7-2015 ولغاية تاريخ 31- 8-2015

ج- البشرية : وتمثلت بطلبة الجامعات الاردنية (عينة الدراسة)من كلا الجنسين (اناث ، وذكور).

محددات الدراسة:

تتحدد هذه الدراسة بمجموعة من المحددات على النحو الآتي:

-تتحدد نتائج الدراسة بإجابات الطلاب على أداة الدراسة.

-تتحدد هذه الدراسة بالفترة الزمنية التي اجريت فيها الدراسة.

- كما تتحدد هذه الدراسة بالنظريات المستخدمة وهي نظرية الاستخدامات والاشباعات والاعتماد على وسائل الاعلام حيث تم تفسير النتائج في ضوء هاتان النظريتان.

مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

تكوّنت عينة الدراسة من طلبة جامعات كل (جامعة اليرموك الحكومية في اربد وجامعة البلقاء الحكومية في السلط والبترا الاهلية في عمان والزيتونة في مادبا) و تم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبيّة حسب حجم المجتمع في الجامعة، وحسب متغير (الجنس، والسن، والمرحلة الدراسية، وتخصص الكلية)وهي من الطرق الأكثر استخداماً في اغلب الأحيان؛ لعدم تجانس أفراد العينة في المجتمع لكونهم يتدرجون في طبقات متباينة، ويختلفون في المستويات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، وتم تقسيم المجتمع لطبقات محدّدة تتّصف بالتناسق، والتقارب .

أداة الدراسة وصدقها وثباتها:

اعتمد الباحث على الاستبانه كأداة رئيسية لجمع المعلومات من افراد العينة ،كما تم التاكد من صدق الأداة وثباتها لتصبح الاستبانه بعد ذلك صالحة للتطبيق الميداني.

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الاجرائية:

دوافع الاستخدام: تصنف دوافع الاستخدام إلى ما يلي (الدليمي 2016)

- دوافع نفعية: ويُقصد بها اختيار وسيلة اعلامية مناسبة لاشباع الحاجة إلى المعرفة، واختيار الجمهور لنوع معين من المضمون والوسيلة لاشباع حاجات من المعلومة والمعرفة.

- دوافع طقوسية: وتهدف إلى تمضية الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من الروتين اليومي والمشكلات وقضاء أوقات الفراغ.

- دوافع اجتماعية: وتتمثل في السعي لاقامة علاقات جديدة والحرص على التفاعل الاجتماعي وحرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.

مواقع التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن قنوات الاتصالات عبر الإنترنت مخصصة للإدخال والتفاعل وتبادل المحتويات المجتمعية والتعاون و مواقع الويب وتطبيقات مخصصة لمنتديات، والمدونات الصغيرة، والشبكات الاجتماعية .

عرّف أندرياس كابلان ومايكل هانلين وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها "مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية والتكنولوجية ، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم إنشاؤه بواسطة وسائل الإعلام الاجتماعية هي وسائل إعلام للتواصل الاجتماعي كمجموعة شاملة وراء التواصل الاجتماعي .

http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232

-الوعي السياسي ويقصد به اجرائيا الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفًا معرفيا ووجدانيا في الآن الواحد.

إنستغرام (Instegram) هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010, يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة

من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة إنستغرام نفسها. وتضاف الصور على شكل مربع، على غرار Instamatic كوداك وصور بولارويد، على النقيض من نسبة أبعاد 4:3 تستخدم عادة بواسطة كاميرات الهاتف المحمول. ففي البداية كان دعم إنستقرام على الآي فون، والآي باد، والآي بود تاتش، في أبريل 2012 إضافة انستجرام دعم لمنصة الأندوريد (Android 2.2) أو أعلى. يتم توزيعه عبر متجر آيتونز وجوجل بلاي.(Moscaritolo, Angela (December 21, 2012). "Instagram Adds New 'Mayfair' Filter, Support for 25 Languages". PC Mag. Retrieved April 14, 2013.)

الفيس بوك :شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسئولية كملكية خاصة لها؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، وعلى سبيل المثال يشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفًا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (الدليمي 2011 الاعلام الجديد)

–تويتر :هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweetsعن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك و TwitBird و Twitterrific و Twhirl و.twitterfox

و تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS وذلك باستخدام أربعة أرقام خدمية

تعمل في الولايات المتحدة وكندا والهند بالإضافة للرقم الدولي والذي يمكن لجميع المستخدمين حول العالم الإرسال إليه في المملكة المتحدة . (الدليمي 2011 الاعلام الجديد)

يوتيوب :هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني، ويستخدم تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة، في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي, أي ما يعادل 1.31 مليار يورو. وهو يعتبر من مواقع ويب 2.0. (الدليمي 2011 الصحافة الالكترونية والثورة الرقمية.(

الجامعات الاردنية: ويقصد بها في هذه الدراسة جامعات اليرموك والبلقاء الحكوميتين والبترا والزيتونة الخاصتين.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعات اليرموك والبلقاء الحكوميتين والبترا والزيتونة الخاصتين.

عينة الدراسة

قام الباحثان باستخدام العينة العمدية العشوائية (والمقصود بها انها كانت عمدية باختيار الجامعات وهي كل من اليرموك والبلقاء الحكوميتين والبترا والزيتونة الخاصتين وعشوائية لاختيار أفراد العينة). فقد تم توزيع (600) استبانه على عينة الدراسة وقد تمكن الباحث من استرداد (560) استبانه من عينة الدراسة تمثل ما نسبته (78%) من مجموع العينة التي تم توزيعها

الدراسات السابقة اطلع الباحث على عدد جيد من الدراسات السابقة الاجنبية والعربية.

الدراسات العربية : بشرى الراوي(ابريل ، 2012) دراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير .ودراسة أشرف جلال حسن محمد ،(ابريل-2012) حول دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في

(مصر – تونس– ليبيا– سوريا– اليمن)ودراسة محمد المنصور (2012) حول تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الإجتماعية والمواقع الإلكترونية – العربية نموذجاودراسة .مصعب قتلوني (2012) وعنوانها (دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " في عملية التغيير السياسي ... مصر انموذجاً(

دراسة أمين (2009), وعنوانها "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت."

اما ابرزالدراسات الاجنبية فكانت دراسة سليم قاسم ((May 2013 –في دراسته عن ثورة التويتر : كيف ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي بثورات الربيع العربي .

Twitter Revolution: How the Arab Spring Was Helped By Social Media.

ودراسة ساره جون (مايو–2012) دراستها عن: تطور العالم "دور مواقع التواصل الاجتماعي في الربيع العربي "

World Development book case study: the role of social networking in the Arab Spring

Illustration: Sarah John

ودراسة افتاب خان– جامعة الملك سعود (ابريل –2012) في دراسته التي تتناول عن الدور الاجتماعي لوسائل الاعلام والتكنولوجيا الحديثه في الربيع العربي.

The Role Social Of Media And Modern Technology In Arab Spring

Aftab A. Khan

College of Business Administration

King Saud University

ودراسة كاثرين اودونيل (Sep-2011) دراسة جديدة تبحث حول الكم المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي في الربيع العربي . دراسة مترجمة

New Study Quantifies use of social media in Arab Spring .

By Catherine O'Donnell

ودراسة مقال بحثي للدكتور سهر خميس والسيدة كاثرين فوين (صيف – 2011) حول مساهمة النشاط الالكتروني في الثورة المصرية ، وكيف ان الخطب المدنية وصحافة المواطن امالة التوازن .

دراسة قام مجموعة اساتذة من جامعة واشنطن (2011) وعنوانها فتح الانظمة الحاكمة المغلقة ..وماهو دور وسائل الاتصال الاجتماعي اثناء الربيع العربي .فتح الانظمة الحاكمة المغلقة "ماهو دور وسائل التواصل الاجتماعي اثناء الربيع العربي ؟"

دراسة مقدمة من مركز مشروع في تكنولوجيا المعلومات والاسلام السياسيPITPI .

Opening Closed Regimes "what Was the Role of Social Media During the Arab Spring?"

Philip N. Howard, University of Washington

Aiden Duffy, University of Washington

Deen Freelon, American University

Muzammil Hussain, University of Washington

Will Mari, University of Washington

Marwa Mazaid, University of Washington

Working Paper – Jan/2011

ويتضح من خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة ان العديد من الدراسات اكدت على موضوع الحراك الشبابي وتنامي دور الشباب ودور مواقع التواصل الاجتماعي في رسم خريطة التغيير السياسي ، من ناحية اخرى لعبت مواقع التواصل الاجتماعي كاعلام بديل باعتباره منبر لنقد عمل الحكومة ومن طرف اخر وسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور ، واعتبرت شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي الجماهيري وان الاراء والوعي للشعوب اصبح تشكله بفضل شبكة الإنترنت ، وهذا ما اشارت اليه دراسات كل من (بشرى – 2012) ،(أشرف جلال – 2012) ،(مصعب قتلوني –2012) ،(العلاونة – 2012) (عاصم الحضيف – 2010 كما أن معظم هذه الدراسات سواء العربية ام الاجنبية ركزت على الانتقال من الديمقراطية التقليدية الى الديمقراطية الالكترونية ، و دورها كوسائل الكترونية حديثة في اعادة صياغة وتشكيل الراي العام في الاقطار العربية واستثمارها كقوة ضغط في القضايا الهامة. وهذا ما جاءت به دراسات كل من (يوسف ازورال – 2012) ، (سارة جون – 2012) ، (كاثرين – 2011اما دراستنا فقد حاولنا من خلالها التعرّف على مبررات استخدام طلبة الجامعات الاردنية عينة الدراسة لمواقع الفيسبوك وتويتر ويوتيوب والإشباعات المتحققة منها ، وهذا ماتناولته دراسات كل من (امين – 2009) ، (سليم قاسم –2013 (افتاب خان – 2012) ، (كاثرين فوين – 2011) ، (اساتذة جامعة واشنطن –2011. (

وفيما يتصل بالدراسات السابقة فقد تبين منها اهتماما ملحوظًا بقياس التأثير المعرفي لوسائل الإعلام على جمهور الطلبة من خلال استخدامه لمعلومات التي تتعلق بالوعي السياسي التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ، وأثر ذلك على الجانب السلوكي المرتبط بفئة الدراسة في التعبير ، وهو ما اشارت اليه دراسات (قتلوني –2012) ، (سليم قاسم – 2013) ، (سارة جون – 2012.(

كما تبين من خلال الدراسات مكانة وأهمية الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم, والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الإجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة, قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية من

دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية، في الوطن العربي وركزت على اهمية مواقع التواصل الاجتماعي، كونها اذا وظفت من ان تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات، وهذا ما اشارت اليه كل من دراسات (كاثرين –2011 ،جلال – 2012)

–لقد استفاد الباحثان من الدراسات السابقة في بناء أداة بحثهما المستخدمة (الاستبيان)، كما استفادا من نتائج هذه الدراسات في ربط الحقائق وبرهنة نتائج الدراسة .ويشير الباحث الى ان دراسات كل من (بشرى ، جلال ، قتلوني ، قاسم ، افتاب خان،كاثرين ، ودراسة الانظمة المغلقة) كانت مطابقة وملائمة مع الدراسة الحالية وذلك حيث ان جميع عناصر موضوع الدراسة كانت متشابهة ومتقاربة مع عناصر الدراسات السابقة حيث ان التغيير تطلب منهم استخدام تقنية تكنولوجية متطورة ، معززة بالعامل البشري (فئة الطلبة) اضافة الى توفر الوعي السياسي والثقافي والمقصود بهم (النشطاء السياسيين) اللذين قادوا الاحداث ، بينما كانت باقي الدراسات غير مطابقة لموضوع البحث لعدم مطابقة جميع عناصرها مع عناصر الدراسة الحالية .

النظريات المستخدمة:

اولا :؛نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

يمكن تلخيص الفكرة الاساسية لنظرية الاعتماد في سيطرة وسائل الاعلام على مصادر الأنباء و المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافة و احياجاته، و هذه الأهداف يمكن أن تتسع و تتزايد كلما زاد المجتمع تعقيدا.

و نظرا لاختلاف الأفراد في أهدافهم و مصالحهم فإنهم أيضا يختلفوا في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام. (الدليمي 2016)

و أهم العوامل التي تعتمد عليها عملية الاعتماد هي:

.1طبيعه الجمهور واهدافة من الاعتمادعلي وسائل الاعلام

2.طبيعه المجتمع ومدي توافر مصادر معلومات

3.طبيعة وتنوع وسائل الاعلام

4.طبيعة الوقت او الظرف الذي يمر بة الفرد او المجتمع

5.طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام

6.تنوع وسائل الاعلام من حيث النوع والفئة

7.مدي انتباة الجمهور لمضون وسائل الاعلام

8.تآثير علاقات الاتصال الشخصي

9.تآثير الظروف والعوامل الاجتماعية

10.طبيعة المضمون الاعلامي من حيث المحتوي والشكل

و ترتبط هذه النظرية ارتباطا وثيقا بمضمون البحث من حيث أن الجمهور اعتمد بشكل كبير في الآونه الأخيرة على وسائل الاعلام المختلفة في حصوله على الأخبار و المعلومات، و ظهر الاعلام الاجتماعي كوسيلة من وسائل الاعلام في حصول الفرد على أحدث المستجدات و الأنباء.((Armand2008)

أما النظرية الثانية التي يعتمد عليها البحث هي نظرية الاستخدامات و الاشباعات من جهة المرسل.

و تعتبر نظرية الاستخدامات و الاشاباعات من أهم النظريات الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبة الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام، حيث تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال.

و يزعم المنظرون أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أسس الوسائل و المضامين ويختار محاولة للربط بين الأسباب و الاستخدام(Carolyn2003).

تعود الأصول النظرية لدراسات الاستخدامات و الاشباعات إلى مساهمة (أبراهام ماسلو) في نظريتة للدوافع التي صنف بها الحاجات في نظامين أساسيين هما الحاجات الأساسية و ما بعد الأساسية. (الدليمي 2014)

و يأتي التعريف اللغوي لنظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى:

الاستخدام في اللغة: من استخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما. و منه يخدمه خدمة فهو خادم و خدام.

و أما الاشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين و فتح الباء) و الشبع (بكسر الشين) و تدل على امتلاء في أكل و غيره.

تفسير علاقة النظريات فيما بينها في موضوع الدراسة :

ارتبطت دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي على مجموعة من طلبة الجامعات الاردنية عينة الدراسة، بنظريتين تكمل احداهما الاخرى لتبرهن صحة نتائج الدراسة الحالية ، حيث اشارت الدراسة الى ان استخدام الطلبة لمواقع التواصل هو لاشباع الرغبات المختلفة واشباع متطلبات الذات لطلبة الجامعات وهذا ماتناولته نظرية الاستخدامات والاشباعات، اما القسم المكمل الثاني فهو اعتماد الطالب على استخدام مواقع التواصل في اشباع رغباته وهذا يدل اعتماده على وسائل الاعلام في تحقيق رغباته واشباعاته وهذا مايفسر ارتباط واستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام بنظرية الاستخدامات والاشباعات ، حيث تفترض نظرية الاستخدامات والاشباعات ان الافراد يحتاجون الى اشباع احتياجاتهم من وسائل الاعلام ، كما يقومون باستخدام المعلومات التي تنقلها وسائل الاعلام تختلف اهميتها وفقا لاحتياجاتهم (الدليمي 2016)

مواقع التواصل الاجتماعي

ساهم التطور في تقنيات الاتصال إلى حدوث العديد من التغيرات التي أثرت على الحياة اليومية لأفراد المجتمع، ومن هذه التغيرات المؤثرة ظهور ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت أو ما يسمى بـ(Social Networks Sites) ، حيث أوجدت عصراً جديداً من الاتصالات التفاعلية بين الأفراد ليتواصلوا مع بعضهم البعض بغض النظر عن الزمان والمكان(Lee,h2012)

تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم تقنيات الويب (2.0) وهي مجموعة من وسائل الإعلام الاجتماعي تسمح لمستخدميها بتكوين وتنظيم وتحرير وتكامل محتوى الويب، ومن بين العديد من وسائل الإعلام الحديثة أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وماي سبيس ولينكد إن وسي وورد والتوتير من أكثر قنوات الاتصال شعبية على الانترنت.(Chu, 2009, p17)

وبلغة الأرقام نجد أن أكثر من مليار شخص يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعية من أصلي ملياري شخص يستخدمون الانترنت في العالم، وهذا يدلل على أن نصف مستخدمي الانترنت يتعاملون مع مواقع التواصل الاجتماعي(ابراهيم العلاف 2012)

وتتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بقدرتها على جذب الشباب واستخدامهم لها بشكل واسع نظرا لطبيعتها التفاعلية، وما توفره لهم من مزايا وإنشاء وتبادل محتوى إعلامي (اسامة المدني 2009،)

وبشكل عام يستخدم الشباب الانترنت للحصول على معلومات سياسية، وتشير الإحصائيات أن أكثر من ربع الشباب الذين يبحثون عن معلومات سياسية يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية للحصول على تلك المعلومات.(Kohut, 2008, p8)

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن القول أن البداية الحقيقية لظهور مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية في التسعينات، وعرفت باسم شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، وكان ذلك عندما صمم الباحث راندي كونرلدر موقعا اجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملاؤه في الدراسة في بداية عام 1995 وأطلق عليه اسم

(www.classmates.com)، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل اجتماعي افتراضي الكتروني بين أفراد المجتمع، وبعدها انتشر استخدام هذه المواقع وتزايد عدد مستخدميها (Balteretu and Balaban, 2010,).

ولقد أخذت شعبية مواقع التواصل الاجتماعي في التزايد خلال العام 2011 واتسعت قاعدة مستخدميها، فعلى سبيل المثال ارتفع عدد مستخدمي الفيسبوك ليصل إلى 677 مليون مستخدم كما تجاوز عدد مستخدمي التويتر في العام ذاته 200 مليون مستخدم، وبلغ اجمالي التغريدات التي يتبادلها المغردون على موقع تويتر أربعة مليارات تغريدة شهريا (تقرير الاعلام العربي، 2011)

وشيئا فشيئا احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الثانية بين جميع مواقع الشبكة العنكبوتية، مما يشير إلى مدى انتشار هذه الوسائل، حيث استطاعت هذه المواقع أن تغير طريقة حصول الأفراد على المحتوى الإعلامي، فبعد أن كانوا يحصلوا على هذا المحتوى من وسائل الاتصال التقليدية (الصحف والإذاعة والتلفاز) فقد استطاعوا أن يحصلوا على المحتوى الإعلامي بشكل سريع دون انتظار الكثير من الوقت(Suarez Paul 2010).

مواقع التواصل الإجتماعي و تأثيرها على الإعلام:

قد أصبح للإعلام اليوم دور أساسي في نهوض الأمم وتقدم الشعوب نحو تحقيق أهدافها، ووصل الأمر بالإعلام الحديث إلى مستوى أصبح هو الفاعل والمؤثر الأقوى في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والإنسانية على وجه العموم، وأوجد معياراً أخلاقياً عالي المستوى، يدخل بشكل مباشر في المبادئ الإنسانية ويشكل سلطة معرفية وأخلاقية.

ومع مرور الأيام ظهر مايعرف اليوم بالشبكات الاجتماعية, ومواقع الإعلام الجديد أو البديل, ومهما اختلفت التسميات إلى أن المضمون واحد ألا وهو دور هذه الشبكات في التأثير على الإعلام, وكيف استطاعت عبر سنوات محدودة تغيير بوصلة الإعلام 180 درجة تقريبا, حيث جعلت من المواطن

البسيط عضوا مشاركا ومؤثرا نوعا ما في العملية الإعلامية, كما فرضت على محتكري الإعلام تطوير منظوماتهم بما يناسب المجتمعات, و إتاحة الحرية أكثر, بعدما كان الإعلام التقليدي المستعمر الأول لعالم الإعلام.

وهكذا لا يمكن تجاهل التأثير القوي لوسائل الإعلام الإجتماعية على الشعوب، ودفعها للتحرك والمشاركة في الحياة العامة، من خلال فتحها المجال لتبادل ومشاركة المعلومات بين الجميع، بخلاف وسائل الإعلام التقليدية التي تصب المعلومات باتجاه واحد لتتشكل ثنائية المنتج والمتلقي السلبي.

لذا اعتبر الباحثون والخبراء مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها الأكثر انتشاراً على الشبكة العنكبوتية, ويعود ذلك وفقا لرأيهم إلى المقومات والمميزات التي تملكها هذه الشبكات مقارنة بالمواقع الإلكترونية, مما شجع متصفحي الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها, في الوقت الذي تراجع فيه الإقبال على المواقع الإلكترونية الأخرى و فرض على أصحاب المواقع والوسائل الإعلامية التقليدية التحرك نحو دمج تقنيات التواصل الاجتماعي في منظوماتهم الإعلامية.

وبين تأثير الشبكات الاجتماعية على الإعلام, و تطوير المنظومة الإعلامية التقليدية بناء على أسس ذلك التغيير يبقى لنا أن نسعى إلى نشر ثقافة الوعي الإعلامي في عالمنا العربي, من أجل استخدام أفضل لمواقع التواصل الإجتماعي وتطبيقاته, حتى يكون التأثير على الإعلام إيجابيا, و تكون لتلك الشبكات فضل ترسيخ ثقافة المشاركة, و الانفتاح الإعلامي, وكسر حاجز الاحتكاري التقليدي.

الحكومات تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي

لا شك أن بعض الحكومات استطاعت في فترة وجيزة أن تطور معرفتها بوسائل التواصل الاجتماعي مثل حكومة البحرين التي تتمتع بحضور قوي على الفيس بوك. ولهذه الحكومات وكلاء كثيرون مستعدون دائما لمواجهة الصحفيين بالعنف أحيانا وبالإساءة أحيانا أخرى إن هم قاموا بنشر أي مادة على تويتر قد يفهم أنها تنطوي على انتقاد للحكومة. وفي أغلب الأحيان يكون رد هؤلاء الوكلاء دقيقا ووافيا وبنبرة توحي

بالخبرة وبأنهم مدعومون أو مخولون بطريقة ما من طرف السلطات. وبكل تأكيد فإن احتمالات تعرض هؤلاء لمشاكل مثل تلك التي ذكرها موروزوف تبقى ضئيلة. أما وسائل الإعلام التابعة للدولة سواء كانت صحف أو محطات إذاعية أوتلفزيونية فستواصل نزع المصداقية عن أولئك الذين يبتعدون عن الخط الرسمي، ما يعني أنها تعمل وسيلة للدعاية لمعارضي التغيير.

في ظل هذه الطروف ستقع وسائل التواصل الاجتماعي تحت الضغط لكنها حتما ستجد طرقا للتأقلم والتكيف لتبقى صوتا ناقدا ومعارضا.وكما يقول البروفيسور "سيمون كوتل" من كلية كارديف للصحافة والإعلام والدراسات الثقافية إن هذا التحدي لايمكن تجنبه وهو جزء من المعركة المستمرة الخاصة بالتواصل السياسي والرقابة.

وسائل الإعلام التقليدية تحتضن مواقع التواصل الاجتماعي

سارعت وسائل الإعلام التقليدية إلى الاستفادة من الإمكانيات التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدرا مهما للمعلومات ومنبرا للتواصل مع الجمهور. وبالنسبة للكثير من المؤسسات فإنها أصبحت أيضا وسيلة لتغطية الأخبار بتكاليف غير باهظة.

ساهمت وسائل الإعلام التقليدية إبان الثورات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في إضفاء شرعية مبكرة على المظاهرات بإبراز أهداف المتظاهرين ومعاناتهم وقضاياهم وتوفير الاعتراف بها ويرجع الفضل في ذلك لاستخدامها وبثها للصور والأخبار التي تنشر على مواقع التواصل الاجتماعي، و غالبا ما كانت هذه التغطية تسبق المواقف التي تبنتها الحكومات عبر العالم من هذه الثورات. فقد بدأت التصريحات الرسمية تنتقل من الدعوة إلى ضمان قدر أكبر من المحاسبة إلى التعبير عن مواقف أكثر دعما للمتظاهرين في الشوارع فقط عندما أدركت الحكومات حجم المظاهرات وأن أنظمة مثل نظام مبارك في مصر لن تستمر.

يعرب كوتل في كتابه "الإعلام والانتفاضات العربية في 2011" عن اعتقاده بأن هذا الاحتضان مكن الإعلام التقليدي "من تبني موقف إعلامي أكثر استقلالية واطلاعا " من ذي قبل وهو ما يشكل خروجا واضحا عن وجهات النظر التي تقدمها النخبة السياسية. ويضيف أن تغطية قنوات مثل الجزيرة الإنجليزية ساعدت على تعميق فهم الناس للمظاهرات,وهو فهم صاغته تغطيات إخبارية لقنوات ووكالات إخبارية أخرى, ما أدى إلى تبني وجهة نظر " أكثر استقلالا وتعاطفا" مع هذه المظاهرات.(Allen Fisher homepage and http://www.allenfisher.co.uk)

تغير المشهد الإعلامي

في المقابل أضعفت وسائل التواصل الاجتماعي دور وسائل الإعلام التقليدية كمصدر للخبر, حيث لم تعد لديها السيطرة المطلقة على ما ينبغي تغطيته وما ينبغي تجاهله وماهو مهم ويستحق التغطية وماهو غير ذلك. فقد أصبحت هنالك الآن مصادر أكثر تمكن الناس من نشر الصور والأخبار والفديوهات وغيرها من الأمورالتي يرغبون في نشرها.

يقول ريتشارد سامبروك، الرئيس السابق لقسم الأخبار الدولية في البي بي سي، في تقرير نشر 2010 تحت عنوان 'هل أصبح المراسلون بلا فائدة' أن وسائل التواصل الاجتماعي "تساعد بعض الدول على خلق فضاء عام للنقاش" كما أنها غيرت الفضاء العام إلى فضاء مثالي يتميز بالحوار والتفاعل.

وكما أظهرت الجزيرة والثورات العربية فقد ولت تلك الأيام عندما كانت الحكومات تعتقد أنها تستطيع كسب معركة الدعاية من خلال إغلاق أجهزة البث أو السيطرة على محطات الإذاعة والتلفزيون أو حجب إشارات التلفزيون أو الهاتف الجوال أو إغلاق الإنترنت. لكن لايزال هناك خطر يتمثل في إمكانية أن توجه هذه الحكومات أسلحتها إلى شعوبها كما حدث في أماكن عديد خلال السنتين الماضيتين.

يمكن للدولة أن تسيطر فقط إذا استجابت لقدرة المواطنين على إسماع صوتهم وعملت على التتنسيق بشكل أسرع وأشمل مما كان عليه الحال قبل وجود هذه الأدوات الجديدة. ومما لا شك فيه أن وسائل التواصل الاجتماعي غيرت بوضوح المشهد الإعلامي وأنها الآن تساهم في تغيير العالم.

وتُعد المعلومات مصدراً من مصادر القوة، وتُعتبر هذه اللحظات في نظر الذين يتحدون انحراف الدول، وغيرها من المؤسسات بالسلطة،لحظات مثيرة. فمنذ مولد منظمة العفو الدولية منذ اكثر من نصف قرن، شاهدنا تحولات رئيسية مماثلة في الصراع على السلطة بين الذين يرتكبون الانتهاكات والأفراد الذين يتحلون بالشجاعة والابتكار والذين فضحوا مظالمهم. وباعتبارها حركة مكرسة لحشد الغضب العالمي دفاعاً عن الأفراد الذين ضاقت بهم السبل، فهي ملتزمة بمساندة النشطاء الذين يتخيلون عالماً تتحرر المعلومات فيه حقاً، ويستطيعون فيه ممارسة حقهم في التعبير عن المعارضة سلمياً، خارج نطاق سيطرة السلطات.وعلى مدى اكثر من 50 عاماً، أخذت منظمة العفو الدولية تستكشف آفاق التقنيات القادرة على تمكين العاجزين والمضارين من إسماع صوتهم للدنيا، فمن الطابعة على البعد وآلات تصوير المستندات، وآلات الفاكس، إلى المذياع والتلفزيون والاتصالات بالتوابع الاصطناعية، والهواتف،والبريد الإلكتروني، والإنترنت، استطعنا أن نحشدها جميعاً لدعم التعبئة الجماعية. لقد كانت هذه أدوات ساعدت الكفاح من أجل حقوق الإنسان، على الرغم من الجهود المتقدمة التي تبذلها الحكومات لفرض القيود على تدفق المعلومات وفرض الرقابة على الاتصالات.

وخلال هذا العام، بدأ "ويكيليكس"، وهو موقع إلكتروني مكرس لنشر الوثائق المستقبلة من مصادر بالغة التنوع، في نشر أولى الوثائق التي يبلغ مجموعها مئات الآلاف، وقيل إن الذي نقلها يُدعى برادلى مانينغ، وهو محلل استخبارات في الجيش الأمريكي، في الثانية والعشرين من عمره، وهو محتجز حالياً تمهيداً لمحاكمته، ويواجه إمكانية الحكم عليه بالسجن أكثر من خمسين سنة إذا أُدين بتهمة التجسس وغيرها من التهم.وقد خلق موقع "ويكيليكس" مكاناً يسهل الوصول إليه أمام جميع من يفشون الأسرارفي شتى أرجاء

العالم، وأثبت قوة هذا المنبر بنشر وإعلان الوثائق الحكومية السرية والمُتكتم عليها. وقد سبق لمنظمة العفو الدولية أن أقرت بإسهام موقع "ويكيليكس" في الدعوة لحقوق الإنسان عندما نشر ذلك الموقع معلومات تتعلق بالانتهاكات في كينيا عام 2009.ولكن الأمر تطلب جهود الصحفيين التقليديين والمحللين السياسيين الذين خاضوا هذه البيانات "الأولية"،وفحصوها ثم حللوها وصولاً إلى الأدلة على الجرائم والانتهاكات التي تتضمنها هذه الوثائق. وانتفع النشطاء السياسيون بقوة هذه الوثائق باستخدام أدوات اتصالات أخرى جديدة أصبحت تُتاح اليوم بسهولة على الهواتف المحمولة وعلى المواقع الإلكترونية للشبكات الاجتماعية في إخراج الناس إلى الشوارع مطالبين بالمساءلة. ومن الأمثلة القاهرة والفاجعة على قوة العمل الفردي حين تضخمه الأدوات الجديدة للعالم الافتراضي قصة محمد بوعزيزى. ففي ديسمبر /كانون الأول 2010، قام محمد البوعزيزى، وهو بائع جوال يعيش في سيدي بوزيد، في تونس، بإشعال النار في نفسه خارج مبنى البلدية احتجاجاً على مضايقات الشرطة، والإهانة، والصعوبات الاقتصادية، وذلك الإحساس بانعدام الحيلة الذي يشعر به الشباب من أمثاله في تونس. وانتشر خبر ما قام به مدفوعاً باليأس والتحدي عبر تونس كلها على الهواتف المحمولة والإنترنت، وهو ما حرك المعارضة التي كانت كامنةً في الصدور منذ زمن طويل ضد حكومة البلد القمعية، بتفريعاتها غير المنظورة. وقد تُوفي محمد بوعزيزى متأثرا بجراحه،ولكن غضبته ظلت حيةً في صورة المظاهرات التي عمت الشوارع في شتى أرجاء تونس. وانطلق إلى الشارع النشطاء في تونس، وهم مجموعة تتكون من أعضاء النقابات، وأعضاء المعارضة السياسية، والشباب، وكان بعضهم قد قام بالتنظيم من خلال المواقع الإلكترونية للشبكات الاجتماعية، إظهاراً لتأييدهم لمطلب البوعزيزى بالنظر إلى مظالمه. واشتركت أيادي الخبراء مع شباب المتظاهرين في استخدام الأدوات الجديدة لتحدي الحكومة القمعية. وحاولت الحكومة التونسية فرض تعتيم مُحكم على أجهزة الإعلام، بل وأغلقت اتصال الأفراد بالإنترنت، ولكن الأنباء انتشرت بفضل التقنيات الجديدة؛ إذ أوضح المتظاهرون أن غضبهم كان منصباً على القمع الوحشي من

جانب الحكومة للذين تجاسروا على تحدي موقفها السلطوي، وأيضاً على انعدام الفرص الاقتصادية الذي يرجع في جانب منه إلى الفساد الحكومي.(http://www.dc4mf.org/fr)

استخدام مواقع التواصل الإجتماعي في الأردن :

تشير تقديرات الجهات الرسمية الاردنية الى ان اعداد مستخدمي الانترنيت في الاردن شكلت ما نسبتة 74%من عدد سكان الاردن في نهاية العام 2014. في حين أشارت إحصائيات الإتحاد الدولي للاتصالات الصادرة عام 2011 بإرتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن إلى نسبة 30% من عدد السكان، وقد بلغ عدد مشتركي الفيس بوك 1.987.400 مشترك، و هذا يدل على إرتفاع كبير في عدد مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي في الأردن .

واوضحت بيانات المسح – الذي تجريه "الإحصاءات العامة" سنويا بالتعاون مع وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات " – انّ خدمات مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" و"تويتر" استحوذت على نسبة بلغت 72.4 % من عدد الافراد المستخدمين للإنترنت بشكل عام في المملكة، لتتصدر هذه المواقع قائمة خدمات الإنترنت الاكثر استقطابا للأردنيين على الشبكة العنكبوتية التي دخلت خدماتها بشكل متواضع للمملكة منتصف التسعينيات من القرن الماضي.

كما أثبتت دراسة أخرى أجراها مركز أبحاث بيو الأمريكي عام 2011، أن نسبة الشباب الأردنيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي هي الأكبر. حيث شكلت المرحلة العمرية من 18 إلى 29 عام نسبة 33% من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، بينما شكلت المرحلة العمرية من 30 إلى 49 عام نسبة 31%، و احتلت المرحلة العمرية 50 عام فأكبر المرتبة الأخيرة، وشكلت نسبة نسبة 16.%

مزايا مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة إتصالية:

فمن أبرز مميزات مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة إتصالية، أنها تجمع بين عناصر و خصائص الوسائل الإتصالية و الإعلامية المطبوعة، و المسموعة، و المرئية.

فيستطيع مستخدمها أن يقرأ و يعرض المقالات و المواضيع المكتوبة، بالإضافة إلى الصور و الفيديوهات.

كما أنها وسائل تفاعلية، يستطيع من خلالها المتلقي أو الجمهور أن يعبر عن آرائه و أفكاره حول ما يتعرض له من رسائل إتصالية بشكل مباشر و بسهولة، فهي وسيلة إتصالية في إتجاهين، يؤثر فيها القائم بالإتصال على المتلقي، كما يؤثر فيها المتلقي من خلال آرائه و رغباته و ميوله و قناعاته و أفكاره على القائم بالإتصال و نوعية الراسائل و مضمونها.

فمن خلال وسائل التواصل الإجتماعي، تداخلت أدوار الأفراد، فلم يعد هناك قائم بالإتصال و متلقي، أو مؤثر و متأثر، بل أصبح الفرد الواحد يلعب كل الأدوار، فيكون متلقي و قائم بالإتصال في نفس الوقت، و يؤثر و يتأثر في آن واحد. كما أنه و بشكل تلقائي يلعب دور الوسيلة الإعلامية ذات نفسها، من خلال نشر المواضيع و الفيديوهات و الصور و الأخبار بسهولة بين أصدقائه و على نطاق واسع، يتخطى فيها حدود الجغرافيا، و يختصر فيها الزمن، مما بساعد على إنتشار المضمون و الرسائل الإعلامية بشكل لم يسبق له مثيل.

و من أهم ما يميز مواقع التواصل الإجتماعي، هي قدرتها على نقل الأخبار و المعلومات بشكل فائق السرعة، و على نطاق واسع، و إلى أكبر عدد من الجمهور، و كذلك تلقيها لرجع الصدى على رسائلها الإتصالية بشكل فوري غير مسبوق.

و من مزاياها كذلك قلة تكاليفها، فهي توفر مصاريف الطباعة و النشر و الإعلان التلفزيوني و البث الإذاعي و غيرها.

فإذا ما أردنا تلخيص مزايا مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة إتصالية، يمكن ذلك من خلال الآتي:

1- تجمع بين مزايا وخصائص الوسائل الإتصالية المطبوعة و المسموعة و المرئية.

2- وسيلة تفاعلية، و الإتصال متعدد الإتجاهات.

3- السرعة.

4- الإنتشار الواسع.

5- رجع الصدى الفوري.

6- قلة التكاليف.

•مواقع التواصل الإجتماعي والاحداث في بعض الدول العربية:

ادت مواقع التواصل الاجتماعي دورا كبيرا فيما حدث في بعض الدول العربية لعل أفضل مثال لتأثير مواقع التواصل الإجتماعي على أحداث المجتمع العربي و الرأي العام العربي و العالمي، ما لعبته من دور أساسي و كبير في ما يسمى بثورات الربيع العربي.فقد برز دور مواقع التواصل الإجتماعي Facebookو Twitter في أحداث ثورات تونس و مصر و سوريا و غيرها، التي مثلت فيها الخطوة أولى لإنطلاق مفهوم (الصحافة الشعبية) بمفهومها الحديث.(انظرالدليمي 2011 الفيس بوك والتغيير في تونس ومصر)

فقد إستخدم الشباب في تلك الثورات مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة للإتصال مع بعضهم البعض، و في حشد الجماهير للمظاهرات و في الميادين و الإعلان عن مواعيدها و أماكن التجمع و الإنطلاق، بالإضافة إلى نشر الأخبار و الصور و الفيديوهات لما يجري على الأرض من مستجدات و أحداث. و كان ذلك نتيجة لسيطرة و تقييد الحكومات السابقة في تلك الدول على وسائل الإعلام التقليدية من صحف و تلفزيون و إذاعة، فلم يكن هناك مفر من إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي كبديل و كوسيلة إتصالية و إعلامية أثبتت فعاليتها و نجاحها فعلا. حتى وصل الأمر في مصر إلى قيام الحكومة المصرية بقطع

شبكة الإنترنت أثناء أحداث ثورة يناير، في محاولة منها لإخماد تلك الثورة، و ذلك بسبب إدراكها لمدى تأثير هذه المواقع محليا و عالميا.و من هنا، فرضت هذه المواقع نفسها كقوة لا يستهان بها حتى في دول العالم الثالث، فلم تعد مجرد وسائل للترفيه و التواصل مع الأصدقاء، بل أصبحت ذات نفوذ و تأثير سياسي و إجتماعي و ثقافي و إقتصادي كبير ولا يمكن تجاهله .

النتائج:

-ظهر من خلال الاستبانة ان جميع أفراد عينة البحث (100%) هم من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي.

-حيث كانت أكبر نسبة إستخدام من حصة موقع .Facebook و يليه بفارق كبير Instagram ، بينما إحتل Twitter المركز الأخير.

- ظهر ان اهم الأغراض التي يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي لها، كانت النتائج كالتالي:

- جاء "التواصل مع الأصدقاء و متابعة نشاطاتهم" في المرتبة الأولى.
- بينما إحتل "الإطلاع على الأخبار و الأحداث الجديدة" في المرتبة الثانية.
- يليه "عرض و نشر الأفكار و المقالات و النشاطات الخاصة بهم" في المرتبة الثالثة.
- و جاءت "المواضيع الترفيهية" في المرتبة الرابعة.
- أما "التعرف على أصدقاء جدد" فجاء في المرتبة الخامسة.
- بينما بين بعضهم أنهم يستخدمونها "لأغراض أخرى" كذلك.

-أن أكثر المواضيع التي تجتذبهم لمتابعتها، فجاءت تفضيلاتهم كالتالي:

- "المواضيع الإجتماعية" اخذت المرتبة الأولى.
- يليها "الأحداث و النشاطات المحلية" في المرتبة الثانية.

- في المرتبة الثالثة جاءت "المواضيع الفنية."
- بينما تشاركت كل من "قضايا الرأي العام" و "المواضيع الصحية و الطبية" في المرتبة الرابعة.
- أما المرتبة الخامسة فكانت من نصيب كل من "المواضيع السياسية" و "المواضيع الدينية."

- التفاعل مع المواضيع التي يقرأونها أو يشاهدونها ، من خلال التعليق عليهاComment ، أو مشاركتها على صفحاتهم الخاصةShare ، أو إرسالها إلى أصدقائهمSend to a friend ، جائت النتائج كالتالي:

- %78يقومون أحيانا باتفاعل معها، بينما يكتفي 16% منهم بالمشاهدة أو القراءة، و 6% يقومون دائما بالتفاعل معها.

طلبنا من عينة الدراسة أن يقوموا بترتيب مصادر المعلومات و الأخبار من حيث الأفضلية بالنسبة لهم، فجاءت النتائج كالآتي:

- في المرتبة الأولى: مواقع التواصل الإجتماعي، بنسبة 64.%
- في المرتبة الثانية: التلفزيون، بنسبة 16.%
- في المرتبة الثالثة: الصحافة الإلكترونية، بنسبة 14.%
- في المرتبة الرابعة: الصحافة الورقية، بنسبة 4.%
- في المرتبة الخامسة و الأخيرة: الراديو، بنسبة 2 .%

- أكد 40% من عينة الدراسة أن قد سبق لهم أن كونوا رأيا جديدا تجاه موضوع أو قضية أو حدث جديد، بعد قرائتهم أو مشاهدتهم له عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

و من أبرز تلك المواضيع برأيهم:

- قضية ذهب عجلون.
- داعش.
- بعض المعلومات الطبية و الصحية. (أضرار الهاتف المحمول و إشعاعاته.(

- بين 32% منهم أن مواقع التواصل الإجتماعي سبق و أن ساعدتهم على تغيير قناعاتهم أو آرائهم أو نظراتهم السابقة تجاه مواضيع أو قضايا أو أحداث معينة، و من أبرزها:

- الطائفية.
- طرق التربية.
- إختلاف العقائد و إحترام الأديان الأخرى.

-تاثير مواقع التواصل الإجتماعي على تكوين الرأي العام في المجتمع، جاءت النتائج كالتالي:

- 64%يعتقدون أن لها تأثير كبير.
- 32%يعتقدون أن لها تأثير محدود.
- 4%يعتقدون أن ليس لها تأثير.

-أكثر مواقع التواصل الإجتماعي تأثيرا على الرأي العام برأيهم، كانت آرائهم كالتالي:

- 88%يعتقدون أن Facebook هو الأكثر تأثيرا على الرأي العام.
- بينما يرى 10% أن Twitter هو الأكثر تأثيرا.
- و 2% يعتقدون أن YOU TUBEهو الأكثر تأثيرا.

-أي من الموضوعات (سياسي، إجتماعي، ديني، ثقافي) تعتقد عينة الدراسة أنه كان لمواقع التواصل الإجتماعي دورا كبيرا في تكوين رأي عام تجاهه أو لفت الأنظار إليه، كانت أبرز الإجابات هي:

- الثورات العربية.
- القضية الفلسطينية، و خصوصا تغيير وجهة نظر الدول الأجنبية لإسرائيل و جرائمها في حرب غزة، و محاولة تغييرالهوية العربية للقدس.
- قضية الشهيد زعيتر.
- داعش.
- المواضيع الطبية.
- زيادة نسبة داعمي مسار السلام مع إسرائيل من الشباب العربي نتيجة للأساليب الدعائية الخفية للكيان الصهيوني على مواقع التواصل الإجتماعي.
- بعض الفنانين. (هيفاء وهبي)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال والمجال "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للطلبة" ككل (ن=465(

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
1	أتبادل الآراء السياسية مع أصدقائي على شبكات التواصل الاجتماعي	3.46	1.20	5	متوسطة
2	أنشر على صفحتي أخبار ومقاطع فيديو وصور تتعلق بأحداث سياسية	3.07	1.10	17	متوسطة
3	تحفزني للمشاركة بالتصويت في الانتخابات القادمة	3.22	1.10	16	متوسطة
4	زادت من وعيي بحقوقي السياسية	3.54	1.00	3	متوسطة

5 زادت من وعيي بمفهوم الديمقراطية و التعددية الحزبية 3.45 0.96 6 متوسطة

6 زادت من مشاركتي في المناقشة في القضايا السياسية العامة 3.35 1.06 10
متوسطة

7 حفزتني على التعبير عن آرائي السياسية بحرية تامة 3.34 1.12 13 متوسطة

8 اطلاعي على آراء المختصين في السياسة 3.35 1.03 10 متوسطة

9 مشاركتي على شبكات التواصل الاجتماعي ساهم في تشكيل آرائي واتجاهاتي نحو القضايا السياسية العامة في الأردن 3.42 1.22 8 متوسطة

10 قللت من شعوري بالعزلة عن المجتمع وقضاياه السياسية 3.33 1.09 14 متوسطة

11 زادت من اهتمامي بحقوق الإنسان والحريات العامة 3.58 0.93 2 متوسطة

12 رسخت لدي أهمية المشاركة السياسية في المجتمع 3.40 0.97 9 متوسطة

13 ساهمت في تفعيل قيم الانتماء والمواطنة لدي 3.67 1.07 1 مرتفعة

14 ساهمت في تنشيط ثقافة الحوار السياسي لدي 3.43 1.07 7 متوسطة

15 ساعدت على كسر حاجز الخوف بين الشباب والمشاركة السياسية 3.35 1.08 10
متوسطة

16 احترم أفكار وآراء المختصين في السياسة حتى لو خالفت أفكاري 3.50 1.06 4
متوسطة

17 ساهمت في منح الجميع فرص متكافئة في التعبير عن آرائهم السياسية 3.33 1.27 14
متوسطة

أثر شبكات التواصل الاجتماعي على مشاركة الطلبة" ككل 3.40 0.77 – متوسطة

يظهر هنا أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.07-3.67)، حيث جاءت الفقرة رقم (13) والتي تنص على "ساهمت في تفعيل قيم الانتماء والمواطنة لدي" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.67) وبدرجة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (11) والتي تنص على "زادت من اهتمامي بحقوق الإنسان والحريات العامة" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.58) وبدرجة متوسطة، وجاءت الفقرة رقم (4) والتي تنص على "زادت من وعيي بحقوقي السياسية" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.54) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (2) والتي تنص على "أنشر على صفحتي أخبار ومقاطع فيديو وصور تتعلق بأحداث سياسية" بمتوسط حسابي (3.07) وبدرجة متوسطة, وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "أثر شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للطلبة" ككل (3.40) وبدرجة متوسطة.

ويعزي الباحثان ذلك الى أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على ميول الطلبة نحو المشاركة في اغلب الفعاليات ومنها المشاركة السياسية، وأسهمت في تفعيل القيم الايجابية لدى الطلبة وزادت من الوعي لديهم وذلك من خلال المقالات والأخبار التي تتيحها تلك المواقع والتي تجعل الفرد قادراً على معرفة كل ما هو جديد من أخبار سياسية وغير سياسية.

التوصيات:

- من خلال النتائج السابقة يظهر بشكل واضح أن لمواقع التواصل الإجتماعي تأثير كبير إلى حد ما، و دور لا يستهان به، إن لم يكن في تكوين الرأي العام، فعلى الأقل في توجيهه أو تعديله، من خلال لفت الأنظار إلى مواضيع معينة وهنا نشير الى بعض التوصيات:

1- فرض نوع من أنواع الرقابة سواء الحكومية، أو المجتمعية، أو العائلية، أو حتى الذاتية على الموضوعات و ما يعرض على مواقع التواصل الإجتماعي.

2- التيقظ إلى أن الكثير من أساليب توجيه و تكوين الرأي العام من خلال مواقع التواصل الإجتماعي لا تأتي بصورة مباشرة و واضحه، بل قد تكون متخفية في هيئة موضوعات إجتماعية أو ترفيهية أو حتى أخبار و صور عابرة.

3- إدراك دور الفرد في تكوين الرأي العام، فقد أصبح الفرد الواحد قادرا على أن يوصل رأيه إلى آلاف الأصدقاء بل إلى العالم كله من خلال "كبسة زر" و بسرعة فائقة.

و هذا الموضوع تحديدا سيبقى موضع جدل، ففي زمن التكنولوجيا الحديثة، و العولمة، قد يعتبر الكثير أن هذا الامر هو حق مكفول للتعبير. ولكن من ناحية أخرى، قد يكون أداة فتاكة بيد أعداء المجتمع و الأمة إذا ما تلاعبوا فيه لتحقق أغراضهم و مصالحهم الشخصية.

المراجع والهوامش:

د عبدالرزاق الدليمي 2011 الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية،دار وائل الاردن عمان

د عبدالرزاق الدليمي 2011 الصحافة الالكترونية والثورة الرقمية،دار الثقافة الاردن عمان

د عبدالرزاق الدليمي 2016 نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين،دار اليازوري الاردن عمان

د عبدالرزاق الدليمي 2011 قضايا اعلامية معاصرة ،دار المسيرة الاردن عمان

د عبدالرزاق الدليمي 2015 نظريات الاتصال محاضرات القيت على طلبة الدراسات العليا في جامعة البترا

د عبدالرزاق الدليمي 2011 الفيس بوك والتغيير في تونس ومصر بحث منشور في مجلة الاتصال والتنمية

تقرير الاعلام العربي، 2011

اسامة المدني2009 استخدامات الشباب السعودي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية مجلة الاداب جامعة حلوان العدد26

ابراهيم العلاف 2012 الصحافة الالكترونية ودورها في اقامة المجتمع الديمقراطي مجلة دراسات اقليمية جامعة الموصل العدد26

http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232

Moscaritolo, Angela (December 21, 2012). "Instagram Adds New 'Mayfair' Filter, Support for 25 Languages". PC Mag. Retrieved April 14, 2013

Armand, Michele Mattenart, 2008 History of Communication Theories, Casbah Edition. Paris

Carolyn, I., Michael, S.and Rasha, A. (2003). Uses and Gratification of offline Newspaper Online News, SanDiego, CA

Lee, H, (2012) A study on business Opportunity for Small Smart Devices in Finance

(www.classmates.com

) (Balteretu and Balaban

Suarez Paul 2010:PC World Magazine ,Vol (17) ,No (3)

Allen Fisher homepage and http://www.allenfisher.co.uk)

http://www.dc4mf.org/fr)

دور الاتصال التسويقي في ممارسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية

– دراسة ميدانية بمديرية توزيع الكهرباء والغاز الشرق عنابة –

أ- طبيب شريفة

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة قسـنطينة3/ الجزائر

الملخص:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور الاتصال التسويقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، حيث أن هذه الرؤية شملت المؤسسات الاقتصادية لما لها من تأثيرات على بيئتها الايكولوجية والاجتماعية للمواطنين، ذلك أن عددا كبيرا من المؤسسات أحست بأهمية إدراج الاحتياجات المتطورة لزبائنها في قلب أنظمة الاتصال التسويقي، ومديرية توزيع الكهرباء والغاز الشرق – سيبوس 02- عنابة تمثل الوحدة الاقتصادية التي تعرف أزمة صراعات يومية مع زبائنها نتيجة الانقطاعات المتكررة للكهرباء وتقهقر نوعية الاستقبال على مستوى وكالات المخالصة، هذه الحقيقة مكنتنا من طرح التساؤل الرئيسي التالي: **ما مدى مساهمة الاتصال التسويقي في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لسونالغاز؟**، وللإجابة على هذا التساؤل تم الاعتماد على عدد من الأدوات البحثية التالية: المقابلة، الاستمارة، الملاحظة، الوثائق الرسمية للمؤسسة، والتي ستسمح لنا من معرفة: **إن كانت المسؤولية الاجتماعية موجودة حقا لدى سونالغاز خلال تفاعلاتها مع زبائنها.**

الكلمات المفتاحية: الاتصال التسويقي، المسؤولية الاجتماعية، المؤسسة الاقتصادية.

Résumé:

Cette étude à pour objectif d'analyser le rôle de la communication marketing – et son implication dans le processus de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), Cette vision prospective s'impose de plus en plus aux Entreprises économiques, Compte tenu des impacts sur son environnement écologique et citoyens, nombres d'entreprises ont saisi l'importance d'intégrer sociale des les besoins évolutifs des clients au cœur de leurs systèmes de communication marketing.

– Seybouse 2–La Direction de distribution du Gaz et de L'l'électricité Est – (Sonelgaz) est l'une des unité économique qui connait des crises Annaba et conflits quotidiens avec ses clients suite aux coupures constante de l'électricité et la dégradation de la qualité de réception au niveau des agences **Quelle est le** de payement, Une réalité qui nous a poussé à se demander: **rôle de la communication marketing dans la pratique de la responsabilité** et Pour **pendant la crises ? sociale de la direction envers ses clients** répondre à ce questionnement, on s'est basé sur un nombres d'outils de recherches (l'entretien, le questionnaire, l'observation, analyse de documents

Si le volet (RSE) existe connaitre: aurons permis à faire ce qui nous)

vraiment à sonalgaz pendant ses interactions avec ses clients.

Les mots clés: la communication marketing, la responsabilité sociale, l entreprise économique.

1- إشكالية الدراسة:

- شهدت مؤسسة سونالغاز مديرية توزيع الكهرباء والغاز الشرق لولاية عنابة سلسلة من التحولات التي أفرزتها التنمية الاقتصادية التي أدت إلى زيادة معدلات استهلاك الطاقة بسبب ما خلفته التطورات التكنولوجية من وسائل حديثة ساهمت من جهة في تحسين ظروف المعيشية للأفراد ومن جهة أخرى أدت إلى الإفراط في استهلاك الطاقة والذي وصل 10 أضعاف، ما أدى إلى عجز المؤسسة عن مواجهة الطلب المتزايد الذي يسببه سكان المناطق الريفية (البوني-برحال-سيدي عمار-الباردة-الحجار)، والنتيجة انقطاعات متكررة في التيار الكهربائي خاصة في فصل الصيف المتميز بالحرارة الشديدة، إضافة إلى الارتفاع المتزايد في أسعار الفواتير التي تتناقض مع المستوى الاقتصادي الذي وصل إليه الفرد في ظل غلاء المعيشة، وما يلاقيه هذا الأخير من معاملات من طرف أعوان سونالغاز أثناء احتكاكه بمراكز الخدمات ورغبته في الحصول على المعلومات ...الخ.

- لذلك كل هذه الانشغالات أجبرت العديد من الزبائن والمواطنين القيام بسلسة من الاحتجاجات والتظاهرات التي أصبحت تؤرق المؤسسة وتمارس عليها ضغطا كبيرا جعلها أمام تحديات شديدة تفرض عليها تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية لامتصاص وتجاوز العديد من العقبات التي تشكل خطرا على صورتها واستمرارها على المدى البعيد، لذلك كان لزاما عليها تفعيل دورها وخططها واستراتيجياتها وكافة

أفرادها في سبيل تحقيق أهدافها من جهة وتحقيق مطالب زبائنها لمواجهة الأزمة من جهة أخرى ومن هنا جاء تصورنا لطرح إشكالية بحثنا من خلال التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة الاتصال التسويقي في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة سونالغاز؟

- ويندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما مدى جودة الخدمة المقدمة من طرف مستخدمي مؤسسة سونالغاز؟

2- ما مدى التكفل بانشغالات زبائن سونالغاز؟

3- ما هي الوسائل الإعلامية المعتمدة في التواصل مع زبائن سونالغاز؟

4- ما طبيعة الصورة المدركة للزبون حول النشاطات الاجتماعية التي تقوم بها لسونالغاز؟

2- أهداف الدراسة:

1- الكشف عن أهمية دور الاتصال التسويقي في ممارسة المسؤولية الاجتماعية لمؤسسة سونالغاز.

2- إبراز أهمية المزيج التسويقي بأبعاده الحديثة في ممارسة وتجسيد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة محل الدراسة.

3- إبراز أهمية إدراج انشغالات الزبائن ضمن المخططات التسييرية للمؤسسة ودورها في تحسين صورتها ومواجهة الأزمة .

4- الوقوف على واقع الخدمة المقدمة للزبائن وتحليل الأساليب الاتصالية المتبعة في ذلك من خلال الكشف عن الأسباب التي تحول دون تأديتها بفاعلية.

3- الاقتراب النظري للدراسة:

3-1- المقاربة التفاعلية الرمزية:

- سنعتمد في دراستنا لموضوع دور الاتصال التسويقي في ممارسة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية الممثلة في مديرية توزيع الكهرباء والغاز الشرق سونالغاز المتواجدة على مستوى مدينة عنابة على النظرية التفاعلية الرمزية التي نلخص قضاياها في ثلاث عناصر رئيسة هي:

- أن الكائنات الإنسانية تسلك إزاء الأشياء في ضوء ما تنطوي عليه هذه الأشياء من المعاني الظاهرة لها.
- أن هذه المعاني هي نتاج التفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.
- أن هذه المعاني تتعدل وتتشكل خلال عملية التأويل التي يستخدمها كل فرد في تعامله مع الرموز التي تواجهه.

- حيث أن مفهوم التفاعلية الرمزية يشير إلى التفاعل الذي ينشأ بين مختلف العقول والمعاني، وهذه هي سمة المجتمع الإنساني ويستند التفاعل على أساس أن الفرد يتفاعل مع الآخرين في جملة من مناحي الحياة آخذا بالاعتبار نفسه في هذا التفاعل، بمعنى أن له جملة من الأدوار والتوقعات من الآخرين، وأن للآخرين أدوارا، ولهم توقعات من الفرد، وذلك من أجل تنظيم حياتهم الاجتماعية وحل مشكلاتهم اليومية، فالفرد يتصرف بواسطة التفاعل الرمزي، ومن خلال عملية التأثير والتأثر التي تحصل بين الأفراد في مواقف اجتماعية مختلفة، فالفرد عليه أن يتعلم معاني وغايات الآخرين عن طريق اللغة وأساليب التنشئة، وكيفية التصرف والتفكير وغير ذلك من محتوى ثقافة المجتمع[1]، وعلى ذلك فإن الاتصال والتفاعل ولعب الأدوار بفاعلية يتم عن طريق جملة من الرموز ذات الدلالة المشتركة لدى أعضاء المجتمع والثقافة الواحدة، حيث يؤكد البعض على أن الإنسان يعيش في عالم من الرموز التي تصبح مع مرور الوقت أكثر وأعمق تعقيدا[2].

3-2-المقاربة ألنسقية:

- تهتم النظرية النسقية بدراسة المؤسسة ككل وكنظام له علاقة بالنظم البيئية المحيطة التي تكون معها في تأثير متبادل، وهي تستند على مبدأ الكلية الذي يقوم على المفاهيم التالية : البناء – الأدوار – النمط – العلاقة، والتي توضح التفاعل الديناميكي بين الأجهزة الداخلية والخارجية لها من خلال التكيف مع المتغيرات باعتبارها نسق مفتوح[3]، وقد جاء اعتماد لهذه النظرية للأسباب الآتية:

- ❖ أن عملية الاتصال التسويقي تتسم بالتعقيد، فهي ليست مجرد تفاعل بزبائن سونالغاز وحسب بقدر ما تتدخل فيها نشاط هياكل أخرى من داخل مؤسسة سونالغاز باتجاه الزبائن.
- ❖ أن مؤسسة سونالغاز باعتبارها نسق مفتوح، تتضمن أنساق فرعية داخلية (تشمل كافة عمالها ومواردها) تتفاعل فيم بينها في سلسلة من العمليات مع أنساق خارجية (الزبائن)، وأن هذه التفاعلات تكون أكثر تأثيرا خاصة ضمن سياق المسؤولية الاجتماعية .
- ❖ أن النسق يركز على ضرورة اهتمام المؤسسة بالجوانب التنظيمية، والتي تقتضي الانفتاح على المحيط الخارجي (الذي يمثل الزبون جزءا منه) والعمل ضمن إطار مفتوح وأهداف إستراتيجية فعالة، تستند إلى الدراسات التسويقية لمعرفة الحاجات والرغبات (استغلالها كمدخلات) والعمل على تكييفها بما يتوافق مع خدماتها ومنتجاتها (كمخرجات).

4-مفاهيم الدراسة:

4-1- مفهوم الاتصال التسويقي:

- الاتصال التسويقي هو "عملية اجتماعية باعتبارها مجموعة من المسؤوليات والوظائف التي تهدف إلى تنظيم الاتصال والتبادل بين المؤسسة والجمهور التي هي موجهة إليه"[4].

– أما مفهوم الاتصال التسويقي من منظور خدماتي فانه يشير إلى "مجموعة الأنشطة المتكاملة التي تجرى في إطار إداري محدد، وتقوم على توجيه انسياب الخدمات لتحقيق إشباع متعاملين من خلال عملية مبادلة تحقق أهداف المؤسسة وذلك في حدود توجيهات المجتمع"[5].

4-2- مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

– تعرفها اللجنة الأوروبية بأنها " إدماج المؤسسات الطوعي للانشغالات الاجتماعية والبيئية في نشاطاتها التجارية وفي علاقاتها مع أصحاب المصلحة"[6].

– يمكن تعريفها أيضا: "بأنها المؤسسة التي تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية تعترف باحتياجات وأولويات زبائنها من خلال تقييم نتائج أعمالها ونشاطاتها على المستوى الاجتماعي من اجل تحسين الرفاه الاجتماعي للسكان"[7].

4-3- مفهوم المؤسسة الاقتصادية:

– يمكن تعريف المؤسسة الاقتصادية بأنها " كيان اقتصادي ذو استقلالية قانونية بحيث يدمج عوامل الإنتاج (العمال، رأس المال) من اجل إنتاج سلع وخدمات بغرض بيعها في السوق"[8].

– كما تعرف بأنها " ذاك التنظيم الذي يحول الموارد إلى سلع وخدمات تباع في السوق"[9].

5- الدراسات السابقة:

5-1- دراسة عربية/ البكري تامر، المسؤولية الاجتماعية بمنظور تسويقي [10]

– هدفت الدراسة إلى إيجاد أطر ومعايير قابلة للتطبيق في مجال المسؤولية الاجتماعية عموما ولإدارات التسويق خصوصا، وكذا اختبار متغيرات الدراسة بالتطبيق على منشآت وزارة الصناعة، وقد قام الباحث بتوزيع (94) استمارة استبيان على المدراء العاملين في تلك المنشات، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

-احتلت المسؤولية الاجتماعية كهدف تسعى إلى تحقيقه المنشات المبحوثة من خلال إجابات أفراد العينة المرتبة السادسة من بين سبعة أهداف تم تحديدها إضافة إلى اهتمامها في مسالة متابعة شكاوى المواطنين للتعبير عن مسئوليتها الاجتماعية.

- تبين من استطلاع رأي عينة الدراسة بأنها تدعم وتؤيد وجود جمعية لحماية المستهلك لتكون بمثابة رقيب على عمل المنشات الإنتاجية والتسويقية والخدمية حيث أجمعت عينة الدراسة على أن الدولة وعبر قوانينها يمكن لها أن تعزز من وجود حماية للمستهلك كتعبير عن المسؤولية الاجتماعية.

5-2- دراسة جزائرية/ عبد العالي الغيشي، أهمية نوعية الاتصال في تحسين جودة الخدمات[11]

- تتكون هذه الدراسة من ثلاثة فصول نظرية تعالج المفاهيم العامة للتسويق وتسويق الخدمات، مع التركيز على نوعية الاتصال في الخدمات، وإستراتيجية الاتصال التسويقي وكيفية إدارة الاتصال في المؤسسة الخدمية، وفصل تطبيقي يتمثل في دراسة حالة الخدمات المصرفية في مدينة قسنطينة من خلال أخذ عينة مكونة من مجموعة من البنوك الوطنية والخاصة، وإجراء عملية سبر للآراء لعملاء هذه البنوك لمعرفة نوعية الاتصال والخدمة في هذه البنوك، ولقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى نوعية الاتصال وجودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك المختارة بمدينة قسنطينة من وجهة نظر عملائها منخفض.

6- عينة الدراسة:

- تم اختيار عينة عشوائية تتكون من 100 مفردة من زبائن سونالغاز أثناء تواجدهم بمكاتب المخالصة التابعة لبلدتي: البوني وسيدي عمار، ويعود سبب اختيار هذه العينة إلى صعوبة حصول الباحثة على قوائم المشتركين من الوكالات المعنية إضافة إلى رغبتها في تقديم صورة موسعة قدر الإمكان دون تدخلها في عملية الاختيار.

7- منهج الدراسة:

- تقتضي هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي في تحليل وتفسير علاقة الاتصال التسويقي بالمسؤولية الاجتماعية ضمن مديرية توزيع الكهرباء والغاز الشرق لمدينة عنابة.

8- أدوات جمع البيانات:

8-1-الاستبيان:

- حاولت الباحثة قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بحيث تحقق قدرا من التوازن في تغطية كل التساؤلات، هذا وقد تم صياغة الأسئلة في خمسة محاور، تضمنت 31 سؤالا حيث يهدف كل محور إلى:

1- محور يهتم بالتعرف عن نوعية الخدمة التي يتلقاها زبائن سونالغاز.

2- محور يهدف إلى معرفة مدى تكفل سونالغاز بانشغالات زبائنها .

3- محور يتعلق بمستوى إعلام زبائن سونالغاز.

4- محور خاص بالنشاطات الاجتماعية ودورها في بناء صورة سونالغاز.

5- محور خاص بالبيانات السوسيوديمغرافية.

8-2-المقابلة :

- اعتمدت الباحثة في جمعها للبيانات على مجموعة من المقابلات المفتوحة التي أجرتها مع بعض المصالح من مديرية توزيع الكهرباء والغاز الشرق لولاية عنابة، والذين لهم علاقة مباشرة بالموضوع، حيث كانت هذه المقابلات كاللاتي: مقابلة مع المكلف بالاتصال، مقابلة مع رئيس قسم العلاقات التجارية، مقابلة مع رئيس قسم استغلال الكهرباء والغاز، مقابلة مع رئيس مصلحة الموارد البشرية.

8-3-الوثائق:

- اعتمدت الباحثة على مجموعة من الوثائق الرسمية التي تحصلت عليها من مديرية سونالغاز والتي شملت: مجلة المؤسسة الداخلية، ملصقات خاصة بترشيد الطاقة وأخرى خاصة بالتحذير من مخاطر الكهرباء والغاز، وثائق خاصة بأهداف ونشاطات المؤسسة والتي من بينها المخطط الاتصالي والاستعجالي لصيف 2014، النظام الداخلي للمؤسسة و قاعدة السلوك **code d éthique**.

8-4 -الملاحظة:

- اعتمدت الباحثة على الملاحظة البسيطة في تحليل شكل التفاعلات الحاصلة ما بين القائمين على تأدية الخدمة والزبائن، ومدى انعكاس هذه التفاعلات على شكل العلاقة الحاصلة بينهما، وذلك بتواجدها في المكاتب التالية: مكتب المخالصة المتواجد ببلدتي البوني وسيدي عمار، مكتب النزاعات المتواجد بمديرية توزيع الكهرباء والغاز – سيبوس2-

5- عرض نتائج الدراسة:

- جاءت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة في النقاط التالية:

أسـئلة الـبحث	النـــتائج
1- ما مدى جودة الخدمة المقدمة من طرف مستخدمي سونالغاز؟	1- وجود اتفاق بين أفراد العينة على أن المؤسسة لا تقدم خدمات تهتم بانشغالات زبائنها بنسبة 67،07 %. 2- ضعف ثقافة الاتصال الأخلاقي لدى موظفي وكالات المخالصة بسبب عدم التقيد بأخلاقيات المهنة اثر على مستوى تحسين جودة الخدمة. 3- اعتماد سونالغاز على أنظمة رقابية في متابعة نشاطات الوكالة التجارية التابعة لها وهذا يعد مطلبا لتكريس مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

2- ما مدى التكفل بانشغالات زبائن سونالغاز؟

1- أن سونالغاز تهتم بتوفير مجموعة من الوسائل الاتصالية التي تمكن زبائنها من التعبير عن انشغالاتهم وهو ما يوضح اعترافها بأهميتهم في سياستها التسييرية.

2- أن سونالغاز تعمل على استغلال القدرات الذاتية والمساهمات الإدارية لعمالها في حل المشكلات الفنية الوظيفية وحتى الاتصالية.

3- عدم اهتمام الإدارة ببحوث السوق في اتخاذ القرار وهو ما يعوق استفادتها من الفرص المتاحة.

4- أن سونالغاز تهتم بتدريب موظفيها على المهارات الاتصالية وطرق التكفل بالزبائن وهذا ما يعكس جديتها في اختيار مسار المسؤولية الاجتماعية .

3- ماهي الوسائل الإعلامية المعتمدة في التواصل مع زبائن سونالغاز؟

1- هناك نقص كبير في الاتصال وتوصيل المعلومات بشكل سهل خاصة فيم يخص الإشعار بانقطاع الكهرباء والنشاطات الاجتماعية التي تقوم بها لصالح المجتمع المحلي بنسبة 57،32%.

2- اعتماد سونالغاز على عدة وسائل اتصالية تشمل الإذاعة المحلية، الملصقات، الجرائد والتلفزيون في نشر حملاتها التحسيسية والتوعوية والتي من شأنها توطيد العلاقة مع زبائنها .

4-ماهي الصورة المدركة للنشاطات الاجتماعية التي تقوم بها سونالغاز؟

1- وجود نقص كبير في مستوى معرفة الزبائن للنشاطات الاجتماعية لسونالغاز بنسبة 64،28%، وهذا ما يدل على وجود خلل في مستوى اختيار الوسائل الاتصالية المعتمدة لنشر مثل هذه المبادرات.

2- وجود نقص دراية الزبائن للنشاطات الاجتماعية التي تقوم بها سونالغاز، إلا أنهم أبدوا تأييدا وتجاوبا معها باعتبارها تشكل انطباعا ايجابيا عنها بنسبة 34،15%.

6-الاقــتراحات المــقدمة:

المــقاربة	الاقــتراحات
المــقاربة التـفاعلية الـرمزيـة	1- ضرورة الاعتماد على اللقاءات والندوات التي من شأنها توعية الزبون بأهمية دوره في التأثير ايجابيا على المؤسسة وكسب دعمه مع المبادرات التي تقوم بها والتي من شأنها أن تحقق المنفعة لكلا الطرفين. 2- العمل على تحسين خدمات سونالغاز من خلال إشراك وتعاون زبائنها معها باعتماد الاتصال التسويقي والحملات الترويجية. 3- تكييف وتطوير اللغة الوظيفية لموظفي سونالغاز وكذا كفاءاتهم مع طبائع ولغة زبائنهم لأهميتها في احتواء المشكلات التي يعيشونها. 4- ضرورة اهتمام سونالغاز بسكان المناطق الريفية من خلال تخصيص جزء من ميزانيتها في نشاطات اجتماعية كإقامة دور للرياضة وإنشاء المكتبات...الخ، والتي من شأنها تحسين العلاقة التفاعلية التي تربطها بزبائنها خاصة في هذه المناطق. 5- ضرورة تواصل القيادة بشكل مباشر مع الزبائن (عقد اللقاءات، القيام بزيارات ميدانية...) للتعرف أكثر على حاجات زبائنها عن قرب وإبراز اهتمامها لهم خاصة بما تعلق ببذل الجهود التي تسعى لتحقيقها، مع

ضرورة استخدام وسائل اتصالية من شأنها سد الفجوة بين توقعات جودة الخدمة والخدمة المقدمة لهم فعلا.

1- ضرورة توفير دليل إرشادي لكافة موظفي سونالغاز لتوضيح ثقافة الإدارة العليا واليات تفاعلها مع الزبائن.

2- منح جوائز وتشجيعات للعاملين الذين يبدون التزاما بما هو محدد في قانون المؤسسة أثناء تعاملها مع الزبائن، وذلك لتعزيز روح الولاء والانتماء لها.

المـــقاربة

الــنســقية

3- خلق خطوط تعاون بين الأقسام التي لها علاقة مع الزبائن من خلال اعتماد تقنيات حديثة مع وضع نظام يمكن من قياس مدى التقدم في الأداء لكافة العمليات وعلاج المشكلات.

4- ضرورة التنسيق بين مختلف الأقسام والوكالات التجارية التابعة لسونالغاز لمعرفة مشاكل واقتراحات الزبائن للتمكن من علاجها والاستفادة منها بدرجة عالية من السرعة.

الخاتمة:

- يتضح لنا من خلال البحث في موضوع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية أن هذا النشاط ورغم أنه لا يزال في بداياته الأولى لهذه المؤسسة، إلا أنه حظي باهتمام نسبي ملحوظ، وهذا ما يدفعنا إلى القول أن هذا المجال سيعرف تطورا في المستقبل، وأنه سيكون من أولويات كل مؤسسة جزائرية من خلال إنشاء قسم خاص بالاتصال التسويقي يشرف عليه موظفون مختصون نظرا للمنافسة الشديدة وزيادة متطلبات الزبائن في ظل الانفتاح الاقتصادي والتطورات التكنولوجية المتسارعة التي جعلت المؤسسة في حاجة ماسة إلى البحث في سلوكات زبائنها ومن ثم التركيز على التأثير في إدراكهم للمنافع التي تقدمها.

قائمة المراجع:

1- معن خليل عمر، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر: دراسة تحليلية نقدية، بيروت، دار الآفاق الجديدة، 1982، ص208-209.

2- أحمد محمد الكندري، علم النفس الاجتماعي والحياة المعاصرة، الكويت، مكتبة الفلاح، 1992، ص 124-125.

3- مصطفى عشوي، أسس علم النفس الصناعي والتنظيمي، م و ك، الجزائر، 1992، ص79.

4-P.Halfer et J.Orsoni; ; Marketing ;Vuibert; France;1985; p30.

5- طلعت أسعد عبد الحميد، الإدارة الفعالة لخدمات البنوك الشاملة، مكتبة الشقري، القاهرة، 1998، ص267.

6- 0-20 ;2001 commission européenne; juillet. www.cidegel- refer.org-7

-9:305201

7- Quynth.lien; Duong et Philipe robert démontrons: intégration de la gestion institue de gestion de rennes; Université de rennes.

8 -Beitone A et Al; Dictionnaire des science économique Armand colin; Paris; 2001; p169.

9 -Bouda Olga; L économie de l entreprise; Edition du seuil; Collection points; 2003; p9.

10- البكري ثامر ياسر، المسؤولية الاجتماعية بمنظور تسويقي، دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين العاملين في المنشآت التابعة لوزارة الصناعة والمعادن، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 1996.

11- عبد العالي الغيشي، أهمية نوعية الاتصال في تحسين جودة الخدمات، دراسة حالة الخدمات المصرفية في مدينة قسنطينة، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2006.

دور وسائل الإعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي بالجزائر (قراءة في أداء بعض الصحف والقنوات المسموعة والمرئية الجزائرية).

أ. مختار جولي– جامعة باتنة1–الجزائر

الملخص:

يعد موضوع الصحة من القضايا المهمة داخل المجتمع وإحدى المواضيع التي تحظى بأهمية بالغة على كافة المستويات السياسية والاجتماعية والثقافية والإعلامية، وانطلاقا من هذا الأخير فإن وسائل الإعلام والاتصال تلعب دورا مهما في التحسيس بقضايا الصحة والتعريف بمختلف الأمراض والأوبئة والمخاطر التي تؤثر على حياة الإنسان والمجتمع، فإذا كان الاتصال الصحي التقليدي قائم على الاتصال الشخصي من خلال الزيارات الميدانية التي يقوم بها الطاقم الطبي إلى مختلف الأحياء والقرى و المداشر بغرض التحسيس ضد مرض معين أو تعبئة المواطنين لحملة صحية قصد مكافحته، فإنه مع التطور الكبير الذي عرفته وسائل الإعلام والاتصال جعلها تساهم في ذلك عن طريق توظيف مختلف الوسائل من صحافة وإذاعة وتلفزيون وحتى الوسائط الإعلامية الجديدة، واستخدام معظم الفنون التحريرية لمخاطبة الرأي العام كالإشهار والملصقات والمطويات والحملات الإعلامية والنشرات الصحية ومختلف الحصص والبرامج التلفزيونية والإذاعية وغيرها، سواء تلك التي ترعاها المنظمات والهيئات الصحية الرسمية وغير الرسمية، أو تلك التي تتضمنها الأجندة الإعلامية للوسيلة لتقديم الخدمة العمومية للمواطنين، بهدف رفع الوعي الصحي لدى المواطن وإكسابه ثقافة في هذا المجال، فوظائف وسائل الإعلام في المجتمع كثيرة ومتعددة نجد منها الوظائف التعليمية والتثقيفية بالدرجة الأولى، لكن إذا ما استخدمت أحسن استخدام وخطط لبرامجها بالشكل المطلوب، فمشاركة وسائل الإعلام والاتصال في مجال الوعي

والتثقيف الصحي يعد من أولويات القضايا والاهتمامات الاجتماعية التي لابد من تسليط الضوء عليها وإتباع إستراتيجية ملائمة بشأنها .

لذلك سيتم التركيز من خلال هذه الورقة على مفاهيم عامة حول الصحة والتربية والتثقيف والوعي الصحي، إضافة إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والصحة، وأخيرا سنتطرق لدور وسائل الإعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي مع أخذ حالة الجزائر كأنموذج لذلك.

الكلمات المفتاحية : الصحة ،الوعي الصحي، وسائل الإعلام والاتصال .

مقدمة

تلعب وسائل الإعلام والاتصال بمختلف أنواعها وأشكالها دورا كبيرا في حياتنا، إذ تؤدي وظائف عديدة تخدم الفرد والمجتمع، فهي تزوده بالأخبار والمعلومات في شتى المجالات وتطلعه على كل جديد، وتعمل على ربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض وتساهم في التنشئة الاجتماعية، وتدفع الفرد المتلقي إلى الاقتناع بسلوكيات معينة، كما تضطلع بوظيفة التثقيف من خلال إمداد الفرد بمعلومات معينة في مجال معين، ومن أبرز المجالات التي تعمل وسائل الإعلام والاتصال على تثقيف الفرد فيها نجد مجال الصحة لما لهذه الأخيرة من أهمية كبيرة، فهي تساعد الفرد على اكتساب سلوكيات صحية إيجابية وتزوده بنصائح في هذه المجال من خلال اعتمادها على مختلف الفنون التحريرية والأشكال التعبيرية سواء كانت حصص أو إعلانات أو مقالات صحفية أو تحقيقات ...الخ، فهي بهذا الشكل تحاول أن تبني لدى الفرد ثقافة صحية ووعيا بخطورة الأمراض والأوبئة المنتشرة والتي من الممكن أن تصيبه، وتدفعه إلى تبني سلوك إيجابي للحفاظ على صحته الشخصية وصحة الآخرين، ونظرا للاهتمام المتزايد من طرف الحكومات والمنظمات المحلية والعالمية بموضوع الصحة وأهميتها ظهر نوع إعلامي جديد يعنى بهذا المجال هو ما يسمى بالاتصال أو الإعلام الصحي، حتى أن بعض الدول خصصت لهذا النوع الإعلامي قنوات إذاعية وتلفزيونية وحتى صحف ومجلات متخصصة في ميدان الصحة، ومنها ما اكتفت بإدراجه

ضمن الشبكة البرامجية العامة وخصصت له حيزا زمنيا معينا، والجزائر اتخذت في الآونة الأخيرة سياسة صحية تهدف إلى ضرورة الوصول إلى تغطية صحية وطنية تلبي حاجة المواطن من خلال بناء المنشآت الصحية من مراكز متخصصة ومستشفيات عمومية وأخرى جامعية مع الإبقاء على مجانية الصحة كمطلب وحق أساسي للمواطن الجزائري.

ولكن السؤال الذي يظل مطروحا عند الحديث عن دور وسائل الإعلام والاتصال في المجال الصحي هو ما هو الدور الذي يقوم به الإعلام الجزائري في مجال نشر الوعي الصحي ؟

1) مفاهيم عامة حول الصحة والاتصال الصحي :

1.1) مفهوم الصحة : تتعدد التعاريف حول مفهوم الصحة ذلك أن هناك من يربطها بالجانب النفسي فنقول الصحة النفسية وهناك من يعطيها مدلول حسي فنقول الصحة الجسمية وهناك من يحيلها للعقل فنقول الصحة العقلية، وعموما فإن هذا المفهوم قد أخذ نصيبه من الدراسات النفسية والاجتماعية وسنتعرض هنا لبعض المفاهيم حول الصحة.

جاء في المعجم الوجيز من مجمع اللغة العربية ما يلي:" الصحة في اللغة العربية هي البرئ من كل عيب أو ريب فهو صحيح أي سليم من العيوب والأمراض، والصحة والبيئة حالة طبيعية تجري أفعاله معها على المجرى الطبيعي."[17]

ويعرفها بركنز perkins:"الصحة حالة من التوازن النسبي لوظائف الجسم والتي تنتج من تكيف الجسم مع العوامل الضارة التي يتعرض لها للمحافظة على توازنه."[18]

---

[17] أميرة منصور يوسف، **المدخل الاجتماعي للمجالات الصحية الطبية والنفسية**، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية ،1997، ص16.

[18] نجلاء عاطف خليل، **في علم الاجتماع الطبي ثقافة الصحة والمرض**، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 2002، ص25.

ويبدو أن تعريف هيئة الصحة العالمية WHO الذي عرف الصحة مركزا على كل جوانبها إذ تعني:"حالة من السلامة والكفاية الكاملة الجسدية والعقلية والاجتماعية وليس مجرد خلو من المرض والضعف."[19]

2.1) مفهوم التثقيف الصحي:

يعني التثقيف الصحي "تقديم المعلومات والبيانات والحقائق الصحية التي ترتبط بالصحة والمرض لكافة المواطنين، والهدف الأساس منه هو الإرشاد والتوجيه بمعنى الوصول إلى الوضع الذي يصبح فيه كل فرد على استعداد نفسي وعاطفي للتجاوب مع الإرشادات الصحية."[20]

فمفهوم التثقيف الصحي يشير إلى ضرورة إكساب الفرد وتلقينه المعلومات المتعلقة بالجانب الصحي حتى تكون له دراية عن مختلف الأمراض والأعراض الصحية وسبل الوقاية منها، كما تلعب الثقافة الصحية دورا في المقاومة والعلاج ويمكن أن تدفع الفرد إلى تكييف سلوكه وتغيير عاداته وأساليبه بما يحافظ على صحته.

3.1) مفهوم التربية الصحية:

لقد تناول الباحثون والمختصون التربية الصحية بعدة تعريفات وبالرغم من الاختلافات في تناول تعريف التربية الصحية إلا أنهم اتفقوا على بعض منها وهي: [21]

هي عبارة عن مقررات المناهج المرتبطة بدراسة النمو وصولا إلى الصحة الجسمية والعقلية وتتضمن موضوعات مثل التغذية والصحة والتدخين والمخدرات والجنس.

هي عملية ترجمة للحقائق الصحية المعروفة إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع وذلك باستخدام الأساليب التربوية الحديثة.

4.1) الوعي الصحي:

---

[19] أيمن مزاهرة، عصام الصفدي، ليلى أبو الحسين، **علم اجتماع الصحة**، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2003، ص42.

[20] أحمد ريان باريان، **دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض**، رسالة ماجيستيرفي علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية ، 1425/1424هـ ، ص48.

[21] عبد العالي دبلة، فضيلة صدراتي، **واقع تطبيق التربية الصحية في الأوساط المدرسة**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد06، 2013، ص03.

يقصد به "إلمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية وأيضا إحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والاقتناع، وبمعنى أخر أن تتحول الممارسات الصحية إلى عادات تمارس بلا شعور أو تفكير، وهو الهدف الذي يجب أن تسعى وتتوصل إليه لا أن تبقى المعلومات الصحية كثقافة صحية فقط "[22].

5.1) الاتصال الصحي:

يندرج الاتصال الصحي كنوع من أنواع الاتصال ضمن إطار الاتصال الاجتماعي الذي يقوم على ضرورة توعية أفراد المجتمع بمختلف المشاكل الاجتماعية التي يمكن أن تصيبهم أو تهددهم من مثل ذلك: الجرائم، المحذرات، الأمراض والأوبئة، الزلازل والكوارث الطبيعية وغيرها.

وتتضح أهمية الاتصال الاجتماعي من "كونه المجال الذي يستهدف بناء الإنسان الواعي المتحضر في سلوكه، المتفهم لقضايا مجتمعه، قضيته هي قضية بناء الإنسان في ذاته وفي علاقته مع الآخرين في الإطار الضيق، وعلاقته مع المجتمع في الإطار الواسع.

وتتضح هذه الأهمية كذلك من نوعية القضايا التي تشكل مراكز لاهتمامه كقضايا الأسرة والأمومة والطفولة، ومن تناوله لسلوكيات المجتمع في عاداته وتقاليده وقيمه وأخلاقياته، ومن دوره في مواجهة كل ما يعترض المجتمع من مشكلات وأمراض اجتماعية، ومن تصديه لمهمة نشر الآراء والأفكار الجديدة والمستحدثة ذات النفع للإنسان وللمجتمع، ومن مسؤوليته تجاه قضايا المساواة والعدل والتكافؤ والتضامن الاجتماعي."[23]

ويعد الاتصال الصحي نوعا من أنواع الاتصال الاجتماعي فهو يشير:" إلى ذلك النوع من أنواع الإعلام الذي يهتم بتوصيل الأخبار والمعلومات والأفكار والحقائق حول المسائل الطبية والقضايا الطبية التمريضية والصحية والأحداث الصحية والطبية العارضة أو الطارئة التي يواجهها المجتمع أو الأمراض المزمنة وكيفية التعامل معها

[22] أحمد ريان باريان، **دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض،** مرجع سبق ذكره، ص48.
[23] السيد أحمد مصطفى عمر، **الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق،** بنغازي ليبيا، منشورات جامعة قار يونس، ط1، 1997، ص 141.

وتقديم الإرشادات والنصائح بقصد توجيه الأفراد وليس بقصد الإعلان عن سلع أو منتجات أو خدمات أو ماركات أو غيرها وذلك من أجل التوعية الصحية والتثقيف الصحي."[24]

2) أدوار وسائل الإعلام والاتصال في المجال الصحي:

1.2) الصحافة المكتوبة :

تلعب الصحافة المكتوبة دورا مهما في الاتصال الصحي من خلال توعية المواطنين بمختلف الأمراض والأوبئة وإحاطتهم بمختلف المعلومات بدأ من الأسباب التي أدت إلى ظهور هذه الأمراض مرورا بالأعراض المحتملة لذلك وصولا إلى الإحصاءات بشأنها من عدد الضحايا أو المصابين بهذه الأمراض إلى التدابير المتخذة من طرف الدول كتوفير اللقاحات والأجهزة الطبية للكشف عن هذه الأمراض، وتتميز الصحافة بعدة خصائص تؤهلها لأن تلعب دورا كبيرا في عملية التثقيف الصحي فهي تتعرض للأحداث المحلية والوطنية والعالمية، وتقدم تفسيرات معمقة عن مختلف الأحداث كما أنها تستند إلى تحليل إخباري يساعد على فهم الأخبار وتقييمها.

وقد أجرت وزارة الصحة الأردنية عام 1996 دراسة بعنوان "أثر وسائل الإعلام في التثقيف الصحي لعام 1995 بهدف قياس مدى اهتمام ومتابعة المواطنين للبرامج التثقيفية الصحية التي تطرقت إليها وسائل الإعلام المختلفة لتخطيط البرامج التثقيفية، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن 8,4 % من أفراد العينة لا يقرؤون الصحف باستمرار وأن 62% منهم يقرؤون أحيانا، و 58,6"% يقرؤون المعلومات الصحية عبر الأخبار ومن ثم المقالات الصحية، وأجمع 88% بأن المعلومات الصحية في الصحف مفيدة."[25]

ونجد في غالب الأحيان بعض الصحف التي تخصص ركنا قارا وثابتا يعنى بالقضايا الصحية ويوفر المعلومات اللازمة لذلك بالإضافة إلى تغطية مختلف النشاطات الصحية داخل المجتمع.

---

[24] محمد أبو سمرة ، **الإعلام الطبي والصحي**، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، 2010 ، ص ص،29،30.

[25] حنان حسن صالح الكسواني، **دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية دراسة في تحليل المضمون**، رسالة ماجيستير في الإعلام ، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، 2009،ص34.

وتتمتع الصحافة "بنفوذ قوي على تشكيل آراء الناس وسلوكهم حيث تستوعب الصحف اليومية والمجلات كثيرا من أساليب وطرق التثقيف الصحي، فهي تنشر المحاضرة والمناقشة والقضية والحوار وغيرها من طرق التثقيف الصحي وتخصص أغلب صفحاتها للتوعية الصحية وأعمدة للسؤال والجواب عن كل ما يتعلق بالصحة."[26]

2.2) الراديو:

يعد الراديو وسيلة إعلام جماهيرية نظرا لما يتميز به من خصائص فريدة على غرار الانتشار الواسع للرسالة الإذاعية وتخطي حواجز الأمية داخل المجتمع، فهو يصل إلى كل الفئات سواء المتعلمة منها أو الأمية بالإضافة إلى توفر جهاز استقبال البث داخل كل البيوت وسهولة حمله من مكان إلى آخر، كل هذه الخصائص جعلت الراديو وسيلة مميزة في عملية الاتصال الصحي من خلال إعداد برامج وحصص في مجال الصحة وبثها للجمهور المستهدف بالإضافة إلى الحملات الصحية عبر الإذاعة.

ويعد الراديو "من أسرع وسائل الاتصال في نقل المعلومة المرغوب إيصالها إلى فئات وأعداد كبيرة مع استعمال لغة بسيطة وسهلة واختيار أنسب الأوقات."[27]

ويستعمل الراديو "لأهداف تثقيفية صحية عن طريق إيصال رسائل صحية تتطرق إلى حدث يتعلق بالصحة في أي موجز إخباري عادي، أو عن طريق حصص تربوية في شكل بحوث، حوارات أو مناقشات مع مختصين، تسمح للمستمع بطرح تساؤلاته أو اقتراحاته ويتمكن من سماع الإجابات التي تريحه، أو عن طريق المواضيع المختلفة التي تتناول جانبا من جوانب الصحة (الغذاء، الدواء، السلوكيات)، كما أن الإعلانات الإذاعية لها دور كبير في التوعية الصحية عن طريق القصص والتمثيليات والأغاني الراديوفونية، واستنادا إلى خصائص الراديو فإن الفرد بطريقة غير مباشرة نجده يتعلم ويتثقف صحيا بكل مرونة، فهو يتلقى الرسالة بلباقة دون إرغامه على تغيير رأيه."[28]

---

[26] أحمد ريان باريان، **دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض**، مرجع سبق ذكره، ص55.

[27] عبد العالي دبلة، فضيلة صدراتي، **واقع تطبيق التربية الصحية في الأوساط المدرسة**، مرجع سبق ذكره، 23.

[28] ذهبية سيدهم، **الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر**، رسالة ماجيستير في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005/2004 ، ص77.

3.2) التلفزيون:

هناك اعتقاد بأن التلفزيون والفيلم لهما فاعلية فريدة لأنها من الوسائل التي تعتمد على حاسة السمع وحاسة البصر، وقد لوحظ أن هاتين الوسيلتين تستحوذان على اهتمام كامل من جانب الجماهير نظر لتوفرها على الصوت والصورة والحركة، وهو ما يدفع المتلقي للمتابعة ويؤثر عليه في نفس الوقت.

ولقد تمكنت هذه الوسيلة "من نشر بعض السلوكيات الإيجابية التي خدمت الصحة وفي أوساط مختلفة (الأرياف أو المدن) ونظر لقوة هذه الوسيلة تم تسخيرها من طرف الحكومات لخدمتها وذلك بإدماجها بعض البرامج الصحية والإرشادات الطبية والحصص والمناقشات الجدلية حول الأمراض المنتشرة وكيفية الوقاية منها على الهواء مباشرة أو غير مباشرة، فقد تمكنت من تصحيح بعض السلوكيات غير السليمة التي طالما أثرت بالسلب على الصحة."[29]

ويساهم التلفزيون في عملية الاتصال الصحي وفي خلق ثقافة صحية لدى المواطن، وفي نشر الوعي الصحي حول مختلف الأمراض والسلوكيات المضرة بصحة الفرد، فهو يقدم حصص تثقيفية تعالج فيها مواضيع صحية مختلفة، إضافة إلى تقديمه للنصائح الصحية في شكل إعلانات أو برامج أو حتى أفلام ومسلسلات توضح مدى خطورة تناول بعض المواد كالمخدرات أو التدخين أو الكحول أو العلاقات الجنسية وعلاقتها بالأمراض الخطيرة كالسيدا والسرطان.

وفي دراسة قام بها الخزاعي عام 2005 بعنوان: "دور التلفزيون الأردني في تنمية الوعي الصحي دراسة سوسيولوجية لمحافظة مادبا وجد أن أفراد العينة يستفيدون بقدر كبير في الحصول على المعلومات الطبية من خلال البرامج الصحية المتخصصة."[30]

3) أهمية الاتصال الصحي:

---

[29] نفس المرجع، ص77.

[30] حنان حسن صالح الكسواني، **دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية دراسة في تحليل المضمون**، مرجع سبق ذكره، 37.

يلعب الاتصال الصحي دورا مهما في عملية التحسيس ضد مختلف الأمراض والأخطار التي يمكن أن تتعرض لها صحة الفرد، فهو عامل إيجابي في التنبيه ضد السلوكيات المضرة بحياة الإنسان، كما أنه يزود الفرد بثقافة صحية من خلال إحاطته بنصائح وتوجيهات في هذا المجال، أو دفعه لتبني اتجاه أو سلوك معين كالإقلاع عن التدخين أو القيام بالتلقيح ...الخ، فوسائل الإعلام والاتصال تستخدم في ذلك إستمالات عاطفية (التخويف ،الترغيب،التحذير ...الخ) أو عقلية (الحجج ،البراهين ...الخ).

واعتبر باحثون من مركز الاتصال بكلية بلومبيرغ للصحة العامة في جامعة جونزهوبكنز الأمريكية "أن الاتصال مفتاح عملية تغيير المعرفة والاتجاهات، وتبني أفكار جديدة وصولا إلى سلوك صحي إيجابي، فالاتصال لديه قدرة على نشر القيم الاجتماعية على سبيل المثال في مسألة تنظيم النسل لابد أن يتم تعريف الأسرة بالوسائل المستخدمة وكيفية استعمالها."[31]

إن المتفحص للمضمون التثقيفي لوسائل الإعلام "يلاحظ بوضوح الدور الأساسي للمعلومة، فالمعلومة هي اللبنة الأساسية للبرامج التثقيفية والتعليمية وغيرها من المواد التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية وما المعلومة إلا عبارة عن بيانات موضوعية تهدف إلى تعريف الواقع وشرحه وتفسيره، ومن خلالها يقوم الأفراد بممارسة نوع من السيادة والسيطرة على البيئة المحيطة بهم، كما أن المعلومات تقدم نوعا من الدعم الاجتماعي للإنسان، فعندما يواجه الإنسان تهديدا صحيا فإن الحصول على المعلومات المناسبة يساهم في تخفيف حدة القلق والمعاناة لدى ذلك الإنسان."[32]

للإعلام الصحي دور كبير في حياة الإنسان والمجتمع ويتمثل ذلك "في طرح القضايا الاجتماعية المتعلقة بحياة الإنسان وصحة الأسرة والطفولة والأمومة والمرض وغيرها من القضايا التي استفحلت وتحولت إلى أمراض اجتماعية تمارس بسلوكيات متخلفة تركت آثارا واضحة على حياة الإنسان وتطور المجتمع."[33]

[31] نفس المرجع ، ص28.
[32] أحمد ريان باريان، **دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض**، مرجع سبق ذكره، ص52.

[33] السيد أحمد مصطفى عمر، **الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق**، مرجع سبق ذكره، ص141.

4) دور وسائل الإعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي بالجزائر:

تتوفر الخارطة الإعلامية الجزائرية على خمس قنوات عمومية وأكثر من 15 قناة خاصة، بالإضافة إلى ثلاثة محطات إذاعية وطنية و48 إذاعة محلية منتشرة عبر ولايات الجمهورية وقناة إذاعية دولية، أما في المجال المكتوب فهناك أكثر من 140 عنوان عام وخاص، يومي وأسبوعي.

لكن السؤال المطروح هو: ما الدور الذي تضطلع به هذه الوسائل في مجال نشر الوعي الصحي؟ وإكساب المواطن ثقافة صحية.

لقد شهدت السنوات الأخيرة من حياة المجتمع الجزائري "بعض النمو والإنجازات في ميادين عديدة بما في ذلك تحسين صحة الناس، فقد شهدنا إنجازات هامة في مجال تخفيض معدلات الوفيات وسوء التغذية لدى الأطفال وتمكين الناس من الوصول إلى المياه العذبة والسكن اللائق وغيرها، كما شهدنا إحراز كبير في الهياكل الصحية والوسائل التابعة لها، ومن جانب أخر طرحت تغييرات جذرية كمية نوعية على المشهد الصحي من حيث عدد الهياكل والإمكانيات وكذا المعنيين العاملين في المجال الصحي على مدى العقد الماضي، خاصة مع ولوج القطاع الخاص مجال الصحة وأصبح سندا داعما لجهود الدولة لترقية المستوى الصحي في الجزائر."[34]

ولكن هل الجانب المادي وحده كفيل في رفع المستوى الصحي ؟

إن الجانب المادي وحده بطبيعة الحال غير كاف للنهوض بالمستوى الصحي وتحقيق تنمية صحية داخل المجتمع الجزائري، إذ أن إكساب المواطن الجزائري ثقافة صحية والرفع من وعيه الصحي لابد أن يكون من أولوية الأولويات، لأن نشر الوعي الصحي يساهم إلى حد كبير في القضاء على بعض السلوكيات غير الصحية والتي تضر بصحة الفرد هذا من جهة ومن جهة أخرى يساهم الوعي الصحي في التقليل من حجم الإصابة بالأمراض

---

[34] بومعراف إلياس، عماري عمار، **من أجل تنمية صحية مستدامة في الجزائر**، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد07، 2010/2009،ص27.

والأوبئة، ومهمة نشر الوعي الصحي هي من مهام وسائل الإعلام والاتصال، فهذه الأخيرة لابد أن تلعب دورها في ذلك.

حقيقة يمكن القول "أن الإعلام الصحي في الجزائر شهد تقدما ملحوظا منذ الاستقلال إلى وقتنا الحال، كما أن الدولة أعطته اهتماما ملحوظا لأنه يخدم برامجها الوطنية التي سبق وأن ذكرنا بعضا منها، حيث ساعد الإعلام على تثقيف وتوعية المواطنين بأهم النقاط الواردة فيه، بتنبيه المواطنين تارة وحثهم تارة أخرى."[35]

إن الجزائر بقنواتها الثلاث ومحطاتها الإذاعية المحلية منها والوطنية، "فقد أبدت مجهودا يمكن ملاحظته من خلال تتبعها للأخبار الصحية خاصة منها الوطنية (مرض الطاعون، الرمد...الخ) أو العالمية (كمرض السارس، جنون البقر)، أو عن طريق الحصص سواء الدائمة وفي مواعيد محددة كحصة الإرشادات الطبية (كل يوم جمعة في الساعة الرابعة على القناة الوطنية الأولى) أو الحصص غير الدائمة المواكبة للأحداث العالمية أو المتعلقة بمواسم محددة، كالأيام الصحية العالمية أو الوطنية لبعض الأمراض كالسيدا، كما أن هناك حصص متفرقة حول الأمراض التي تنتشر في مواسم ومناسبات مختلفة (لسعات العقارب والناموس في فصل الصيف، الكيس المائي في عيد الأضحى...)، إضافة إلى الحصص المتعلقة بحوادث المرور لترشيد السائقين وتوعيتهم بمدى الأضرار التي تسببها حوادث المرور على المستوى الفردي والجماعي."[36]

كما يبث التلفزيون الجزائري قبل النشرة الرئيسية (نشرة الثامنة) وهي وقت الذروة بالنسبة للمشاهد الجزائري إعلانات متنوعة منها ما يخص صحة الأطفال (كنوع الحليب المميز، الحفاظات المناسبة، معجون الأسنان، صابون الغسيل...الخ)، إضافة إلى بعض الحصص القصيرة التي تستهدف تعديل السلوك كحصة "سعادتي هي عايلتي" التي تبث قبل النشرة وتم الاستعانة في تقديم هذه الحصة بإحدى الممثلات، لأن عنصر الشهرة يدفع المتلقي إلى التعرض للرسالة والعمل بها، كما يتم تخصيص حيز لأخبار الصحة في نشرة الأخبار منها ما هو

---

[35] نبيلة بوخبزة، **الاتصال الاجتماعي الصحي دراسة نظرية وميدانية**، رسالة ماجيستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر،1997 ، ص160.

[36] ذهبية سيدهم، **الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر**، مرجع سبق ذكره، ص78.

متعلق بالجانب التوعوي كالتحسيس ببعض الأمراض أو الإستراتيجيات المتبعة من طرف الدولة للحد من نقص الأدوية مثلا، أو الاهتمام بالفئات التي تعاني من الأمراض المزمنة، وتغطية حملات التبرع بالدم والأيام الدراسية والندوات المنعقدة في الجزائر المنظمة من طرف وزارة الصحة أو البرلمان أو حتى بعض الجمعيات المتخصصة في هذا الميدان.

أما من جانب الإذاعة فتساهم الإذاعة الجزائرية بمختلف حواملها سواء الوطنية منها أو المحلية في نشر الوعي الصحي وتزويد المواطن بثقافة صحية ونذكر على سبيل المثال تلك الإعلانات التي تبث عبر أمواج القناة الإذاعية الأولى الخاصة بتلقيح الأطفال، غسل الأيدي عند الأكل، إجراء الفحوصات الطبية، إضافة إلى برامج الأسرة التي تتطرق إلى الجانب الصحي، هذا عن الإذاعة الوطنية، أما الإذاعات المحلية فتؤدي هي الأخرى دورها في هذا المجال وأبرز مثال على ذلك الفضاء المفتوح في الصبيحة والمخصص لطرح الانشغالات عن طريق الاستعانة بأطباء مختصين وهناك من الإذاعات المحلية من تسمي هذا الفضاء " بطبيب الأسرة" وبعضها " بطبيبك على الخط".

إضافة إلى الوسائل السمعية البصرية "فإن للوسائل المطبوعة دور لا يمكن أن ننكره ويتعلق الأمر بالصحافة المكتوبة، ومنشورات وزارة الصحة والمعهد الوطني للصحة العمومية وتصدر بصفة ظرفية عندما تستعد الوزارة إلى إعداد حملات التلقيح، أو مصادفة للأيام الدراسية والأيام العالمية لمكافحة بعض الأمراض وتتناول على سبيل المثال البرنامج الموسع للتلقيحات، الوقاية من الكساح، كيفية استعمال أملاح إعادة التمييه، بعض النصائح للمرأة أثناء فترة الحمل والرضاعة كما تتضمن توضيحات حول بعض الأمراض كالحساسية والسرطان والسيدا وغيرها."[37]

[37] ذهبية سيدهم، **الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر**، مرجع سبق ذكره، ص78.

" ومن الصحف الوطنية و الجهوية وغيرها من المجلات تمكنت بعض الدول من دعم برامجها الوطنية للرعاية الصحية، وتمكن الجمهور من أن يتفحص بعض التحقيقات أو المقالات التي تم تحريرها من طرف بعض الأطباء والأخصائيين حول مرض معين وكيفية الوقاية منه، ويمكن للجرائد أن تلعب دورا كبيرا في إعلام الناس ومدهم بالأخبار والاكتشافات الطبية الجديدة."[38]

تؤدي الصحف الجزائرية دورها في مجال الوعي والتثقيف الصحي من خلال نقل انشغالات المواطنين الصحية ومشاكلهم، إضافة إلى الحديث عن الانجازات في مجال الصحة والتطرق إلى أهم النشاطات الصحية كالقوافل التحسيسية الخاصة بالمخدرات وبمرض إنفلونزا الطيور والخنازير، كما تخصص بعض الصحف ركنا خاصا على صفحاتها للحديث عن ذلك فنجد مثلا جريدة الخبر تخصص أسبوعيا (كل يوم جمعة) صفحة بعنوان " عيادة الخبر" تتطرق فيها للحديث عن بعض الأمراض (الأمراض التنفسية، الحساسية، ضعف البصر، التهاب الكبد، العجز الكلوي ...الخ)، إضافة إلى مساحتين قارتين على هذه الصفحة واحدة بعنوان " الطبيب يجيب " وهي عبارة عن أسئلة من جانب القراء يتم الإجابة عنها، والثانية بعنوان " صحتك في غذائك" ويتم الحديث فيها عن الأغذية ذات الفوائد الصحية.

5) معوقات وسائل الإعلام والاتصال في نشر الوعي الصحي بالجزائر:

إن التساؤل الذي يظل مطروحا هو مدى نجاعة الإعلام الصحي في الجزائر ؟ إذ يكشف لنا العديد من النقائص وينبهنا إلى الكثير من القضايا التي قد نغفل عنها ولعل أكثرها بروزا ما يلي:[39]

1) ما يعاب على العملية الإعلامية الخاصة بالصحة في الجزائر هو غياب مرسل أو معد للبرامج بصورة دائمة أو أخصائيين في مجال الإعلام الصحي في الإذاعة والتلفزيون وحتى الصحف، فهي تعتمد على مبادرات

---

[38] نبيلة بوخبزة، **الاتصال الاجتماعي الصحي دراسة نظرية**، مرجع سبق ذكره، ص 160.

[39] نفس المرجع، ص 219، 220، 221، 222.

فردية وجهود تلقائية تظهر في المناسبات، إضافة إلى غياب ركن ثابت خاص بالصحة في وسائل الإعلام الجزائرية باستثناء بعض الحصص.

2) جل الرسائل المستعملة في الحملات الإعلامية الصحية في الجزائر تتميز بأنها رسائل ذات بعد واحد وهذا يعني بأننا نستعمل رسائل واحدة موجهة إلى شرائح المجتمع دون مراعاة خصائص كل طبقة اجتماعية، مما يقلل من فعالية الرسائل.

3) عدم المتابعة والتقييم لنتائج العملية، إذ غالبا ما تستثمر الأموال وتبذل الجهود والوقت لإعداد الحملات الإعلامية ولكن في نهاية العملية لا يتم متابعتها ولا تقييم نتائجها، فتغيير السلوك يستلزم وقت كبير تتخلله عمليات متكررة لضمان نوع من الاستمرارية للحصول على نتيجة إيجابية.

4) أما فيما يخص السياسة الحكومية في الميدان الصحي، فنجد هناك غياب للجدية بحيث أننا نجد الشعارات والملصقات الصحية منتشرة في المراكز الصحية والمستشفيات، كما أن معظمها باللغة الفرنسية مما يعني عدم مراعاة المواطن العادي.

5) إن أهم مشكلة تواجه ميدان الإعلام الصحي في الجزائر عدم مبالاة الفرد الجزائري بنوعية المنتوج الذي يقوم بإعداده (فالكمية تطغى على الكيفية)، كما أن هذا الميدان غير مستثمر في بلادنا فالجهود والإمكانيات رغم نقصها مبذولة إلا أن نتائجها غير مضمونة، وعليه فإن أساس العملية الإعلامية الصحية هو البناء العلمي للرسالة الصحيحة المقدمة للجمهور، لأن الهدف الأول من هذه العملية هو إقناع الجمهور بتغيير سلوكه.

6) غياب إستراتيجية إعلامية واضحة في مجال نشر الوعي الصحي بالجزائر، مما يجعل هذه العملية تخضع للعشوائية.

الخاتمة

لا يمكن بأي حال من الأحوال أن ننكر الدور الفعلي لوسائل الإعلام في مجال نشر الوعي الصحي وإكساب الفرد ثقافة صحية، ولكن مع كل ذلك فإن الأمر يتطلب تبني إستراتيجية واضحة المعالم تقوم على ضرورة الاهتمام بهذا النوع الإعلامي المتخصص من ناحية التمويل، وتكثيف الحصص والبرامج الصحية والاستعانة بخبراء ومختصين في مجال إعداد تخطيط البرامج الصحية، مع القيام بدراسات ميدانية في هذا المجال، بالإضافة إلى ذلك إدراج مقياس التربية الصحية ضمن المناهج التربوية والتعليمية بالجزائر حتى يتسنى للطفل الجزائري أن يكتسب ثقافة صحية، كما يجب أيضا على مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدأ من الأسرة والمدرسة والنوادي ودور العبادة أن تلعب دورها في مجال نشر الوعي الصحي في الجزائر، هذا حتى ينشأ الطفل منذ الصغر على سلوكيات صحية إيجابية يستطيع من خلالها مواجهة المشكلات الصحية التي تواجهه، وبتكاتف كل هذه المؤسسات الاجتماعية والإعلامية والتربوية نستطيع أن نحقق الثقافة الصحية والتربية والوعي الصحي معا.

قائمة المراجع:

1) أميرة منصور يوسف، **المدخل الاجتماعي للمجالات الصحية الطبية والنفسية**، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1997.

2) نجلاء عاطف خليل، **في علم الاجتماع الطبي ثقافة الصحة والمرض**، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، 2002.

3) أيمن مزاهرة، عصام الصفدي، ليلى أبو الحسين، **علم اجتماع الصحة،** عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، 2003.

4) أحمد ريان باريان، **دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية بمدينة الرياض،** رسالة ماجيستيرفي علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية ، 1425/1424هـ .

5) عبد العالي دبلة، فضيلة صدراتي، **واقع تطبيق التربية الصحية في الأوساط المدرسة،** مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة ، العدد06، 2013.

6) السيد أحمد مصطفى عمر، **الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق،** بنغازي ليبيا، منشورات جامعة قار يونس، ط1، 1997.

7) محمد أبو سمرة ، **الإعلام الطبي والصحي،** عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، 2010 .

8) حنان حسن صالح الكسواني، **دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية دراسة في تحليل المضمون،** رسالة ماجيستير في الإعلام ، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات، 2009.

9) ذهبية سيدهم، **الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية للمضامين الصحية في جريدة الخبر،** رسالة ماجيستير في علم اجتماع التنمية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005/2004 .

10) بومعراف إلياس، عماري عمار، **من أجل تنمية صحية مستدامة في الجزائر،** مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد07، 2010/2009.

11) نبيلة بوخبزة، **الاتصال الاجتماعي الصحي دراسة نظرية وميدانية،** رسالة ماجيستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر،1997.

اشكالية االتنمية العربية ورهانات الربيع العربي- مقاربة سوسيو- اعلامية

د. دبيش فاتح- رئيس قسم الاعلام والاتصال جامعة قالمة الجزائر.

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى إبراز واقع التنمية في الوطن العربي، بعد موجة من الإنتفاضات والثورات والحراك الغني الهادف إلى إسقاط التسلط بنماذجه المتعددة، والدخول في عملية انتقال إلى أنظمة ديمقراطية تتجاوز التسلط، ولو بنجاحات نسبية وإخفاقات متوقعة ومتعددة ومختلفة حسب أوضاع هذه البلدان ومستوى قدرات الجمهور والتكتلات الإجتماعية والسياسية الطامحة إلى الديمقراطية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن ارتفاع نسبة التعليم في المجتمعات العربية وبروز جيل جديد يملك مقوّمات التمرّد على المنظومات، إما لِصلته بما تتيحه شبكات المعلوماتية من تواصل مع العالم، أو لتنامي إحساسه بكيانيته الفردية الذي يوقظ وعيه بذاته وكرامته. بالإضافة إلى ما يتّصل بآثار التحوّلات الاقتصادية في العقدين الأخيرين والتبدّلات الديموغرافية التي شهدتها المنطقة العربية. مايحتم على الدول العربية اللجوء إلى استراتيجيات وبدائل لتحقيق التنمية.

الكلمات المفتاحية: التنمية، التحول الديمقراطي، وسائل الإعلام، التنمية البشرية، ثورات الربيع العربي.

Summary:

This research aims to highlight the reality of development in the Arab world, after a wave of uprisings, revolutions and mobility rich aimed to overthrow authoritarian multiple model, and engage in a process of transition to

democratic systems exceed authoritarianism, Though relative successes and failures of the unexpected and the many and varied according to the situation of these countries and the level of public capabilities and conglomerates Social and political aspiring to democracy.

The study concluded that the high literacy rate in Arab societies and the emergence of a new generation has the potential of rebellion against the systems, either by allowing it relates to computer networks of communicating with the world, or to the growing sense of individual to physical integrity, who awakens consciousness itself and dignity. In addition to the connection with the effects of economic transformations in the last two decades and demographic changes witnessed by Arab region. What makes it imperative for Arab countries to resort to strategies and alternatives for development.**Key words:** development, democratization, the media, human development, the Arab Spring revolutions.

مقدمة:

لم يستعمل تعبير التنمية للدلالة على الأقطار أو على مجموعات من الناس إلا بعد الحرب العالمية الثانية. فقبل ذلك الوقت كانت البلدان المتطورة تهتم فقط بالتغيرات المرسومة إمّا لتحسين إمكانيات الوصول إلى الموارد الطبيعية في البلدان النامية أو في حالات قليلة لإدخال بعض الخصائص المنهجية لعملية "التحضر" بما فيها بعض الخدمات الأساسية. ولكن بعد الحرب العالمية الثانية ظهر مفهوم

التنمية، وبدأت القوى الإستعمارية بقبول الحاجة إلى التنمية الإقتصادية والإجتماعية، وحتى قبول حقيقة الإستقلال السياسي في الأراضي التي تحكمها. وهذا القبول كان جزئيا نتيجة لنمو الضغط من أجل التنمية والإقتصاد من مواطني هذه البلدان، ووعي الناس المتزايد في البلدان المتقدمة والنامية بإنسانيتهم المشتركة وبالفروق الهائلة في مستويات معيشتهم.

ومنذ بدأ ثورات "الربيع العربي" أو "الصحوة العربية"، تتوالى تساؤلات عن كيفية الإنطلاق لرسم خريطة طريق جديدة للمستقبل، فنموذج التنمية الذي ساد لعقود طويلة في العديد من الدول التي تشهد تغيرات وتحولات عانى كثيرا من العيوب، أولها أن النمو المحقق لم ينعكس بالإيجاب على مستويات المعيشة، بل تعمقت فجوات الدخل في كثير من الدول، وارتفعت نسب البطالة والفقر، خصوصا في المناطق الريفية، مأدى بهذه الشعوب إلى ثورات لتغيير الوضع القائم وتحقيق التنمية المنشودة.

انطلاقا مما تقدم فإننا فسوف نبحث في الإشكالية التالية: **ماهو واقع التنمية في الوطن العربي بعد أحداث الربيع العربي خاصة في ظل الإنتشار الواسع لتكنولوجيا الإتصال والمعلومات؟.**

و للإجابة على هذه الإشكالية يتم التطرق للمحاور التالية:

المحور الأول: تعريف التنمية وأهم نظرياتها.

المحورالثاني: واقع التنمية البشرية في الوطن العربي.

المحورالثالث: التحول الديمقراطي والتنمية في العالم العربي.

المحور الرابع: وسائل الإعلام الجديدة وأحداث الربيع العربي.

المحور الخامس: آليات تحقيق التنمية في الوطن العربي.

خاتمة

المحور الأول: تعريف التنمية وأهم نظرياتها.

لقد كان أول اهتمام بموضوع التنمية، يعود إلى النشأة الأولى لعلم الإقتصاد على يد الإقتصادي الشهير "آدم سميث " في كتابه" بحوث حول طبيعة وأسباب ثروة الأمم " حيث تكلم فيه عن النمو والتطور الإقتصادي بما يشبه التنمية إضافة إلى أنه قدم جملة من العناصر الكفيلة بإحداث التنمية، تتمثل أساسا في إحداث تغيرات هيكلية، وتقدم تقني وسياسة للتراكم وسياسة اقتصادية تقوم على أساس تحقيق النشاط الإقتصادي وكان المنطلق الأساسي لعلم الاقتصاد في تلك الآونة، موجها بصورة رئيسية حول ما أسموه الباحثين بشروط التوازن الثابت، خدمة لطبقة البورجوازية الصاعدة[40]. غير أن فكرة التنمية عادت للظهور لأول مرة سنة 1944، في تقرير اللجنة الإستشارية للتعليم في بريطانيا عن التربية الجماهيرية، وتقوم الفكرة الأساسية في هذا التقرير، على أن الإهتمام بنسق المجتمع القومي يجب أن ينطلق من الإهتمام بأنساق المجتمعات المحلية، وذلك من خلال تعليم أبناء هذه المجتمعات وتنمية قدراتهم على توجيه مسار التغير الإجتماعي والإقتصادي، وتزودهم بمجموعة من المهارات اللازمة. وفي دوائر الأمم المتحدة، فقد ظهرت فكرة تنمية المجتمع لأول مرة في سنة 1950، حيث اتخذ المجلس الاجتماعي والاقتصادي في ماي قرارا باعتبار منهج المجتمع وسيلة للتقدم الإجتماعي في المجتمعات النامية والمتخلفة، وقد صدر أول تعريف لهذا المفهوم في أول دراسة منظمة سنة 1955 يذهب إلى أن عملية تنمية المجتمع هي: "العملية المصممة لخلق ظروف التقدم الإجتماعي والإقتصادي في المجتمع، عن طريق مشاركة الأهالي إيجابيا في هذه العملية وبالإعتماد الكامل على مبادرات الأهالي بقدر الإمكان"[41].

---

[40] نبيل السمالوطي، علم إجتماع التنمية دراسة في اجتماعيات العالم الثالث، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1996، ص 146.

[41] محي الدين صابر، التغير الحضاري وتنمية المجتمع. سرس الليان، 1962، ص 164.

ومن بين أهم تعاريف التنمية **Development** نجد: أن التنمية هي القدرة على التوسع، كما دعى سين في كتاباته المختلفة **Sen** أنه من الأفضل أن ينظر إلى التنمية باعتبارها امتدادا لقدرات الناس، كعملية التحرر من الضروريات التي تعيق التحقيق الكامل للحريات الإنسانية. وهذا يعني تجميع تلك القدرات، والمرافق التي يطالب بها **welfarists** أو السلع الأولية كما تدعي راولز، هي أساس لتقييم رفاه الإنسان[42]. وهناك من يرى بأن التنمية: "عي العملية التي تمكن البشر من تحقيق إمكاناتهم وبناء الثقة بالنفس، وعيش حياة الكرامة والوفاء. هي العملية التي تحرر الناس من الخوف من العوز والإستغلال. إنها حركة بعيداً عن الإضطهاد السياسي أو الإقتصادي أو الإجتماعي. من خلال التنمية، يكتسب الإستقلال السياسي المغزى الحقيقي. وهي عملية النمو وتظهر أساسا من داخل المجتمع الذي يتطور "[43]. ومن أهم الإتجاهات النظرية التي حاولت دراسة واقع التخلف في الدول النامية نجد:

أ-الإتجاه التطوري: من رواد هذا الإتجاه والت روستو، الذي قدم نظرية في التنمية الإقتصادية والإجتماعية، لقد اعتبر روستو أن المجتمعات تمر أو يجب أن تمر بخمس مراحل أساسية هي: **المرحلة الأولى التي تمثل المجتمع التقليدي** الذي يتميز بانخفاض متوسط الدخل الفردي، وعدم القدرة على تطبيق التكنولوجيا، يغلب عليه الطابع الزراعي المرتبط بالنظام الإقطاعي. **ومرحلة التهيؤ للإنطلاق** وفي هذه المرحلة يشهد المجتمع عدة أمور منها: إنتشار التعليم، إقامة المشروعات، ظهور المؤسسات والبنوك، زيادة الإستثمار، نمو الصناعات الإستخراجية، وبذلك يكون المجتمع مهيئا لولوج المرحلة الثالثة وهي **مرحلة الإنطلاق** وفيها يتم القضاء على العقبات والعوائق التي تقف في طريق التنمية، وتحدث عملية الإنطلاق بحدوث ثورة سياسية تؤثر في البناء الإقتصادي والإجتماعي والثقافي. ويذهب روستو إلى أن التكنولوجيا هي العامل الحاسم في الإنطلاق. ثم تأتي **مرحلة الإتجاه نحو النضج** حيث يستطيع المجتمع

---

42 N. Shanmugaratnam, On the Meaning of Development: An Exploration of the Capability Approach, Forum for Development Studies, 2001, p 267.

43 Jay Aronson, « Development: Definitions and Assumptions Technology for Developing Communities”, 2006, p 3.

أن ينتج أي شيء يرغب فيه، وتتميز هذه المرحلة بانتشار وسائل الإنتاج الحديثة. وأخيرا **مرحلة الإستهلاك الوفير** وتتميز هذه المرحلة بنمو القطاعات التي تنتج السلع الإستهلاكية مثل السيارات والثلاجات والغسالات الكهربائية وأجهزة الراديو...وتتميز هذه المرحلة بارتفاع متوسط الدخل الفردي وزيادة نسبة سكان المناطق الحضرية.

ب-الإتجاه السيكولوجي أو السلوكي: يعتقد أصحاب هذا الإتجاه أن الشخصية التي توجد في المجتمعات التقليدية هي شخصية "غير خلاّقة" وذلك بسبب التقاليد الموروثة. وأن التنمية تتطلب تشجيع العمل اليدوي الذي يؤذي إلى بروز الطاقات الإبداعية، ولاحظ هيجن أن القيم الدينية التي تتميز بها جماعة البروتستانت هي التي ساهمت في نشوء الرأسمالية في أوروبا، في حين أن بعض القيم والتقاليد في المجتمعات المتخلفة تتسم بالسلبية وتعيق التنمية. ويعتبر أصحاب هذا الإتجاه أن الدوافع النفسية للعمل وحب التجديد والجدية هي الأساس في التنمية الإقتصادية والإجتماعية.

ج-التنمية من وجهة نظر كارل ماركس: عالج كارل ماركس التنمية من خلال الدور الذي تلعبه العوامل المادية في تطور الجانب الإجتماعي والثقافي. يعتبر ماركس أن البناء الإقتصادي هو الأساس الذي يقوم عليه البناء الفوقي الذي يتألف من النظم القانونية والسياسية. وماركس هنا يفرق بين البناء التحتي والبناء الفوقي في المجتمع. الأول يتألف من نظام الإنتاج الذي يشمل(قوى الإنتاج وعلاقات الإنتاج) أما البناء الفوقي فيضم الأفكار والنظريات والنظم التربوية والثقافية والقانونية والسياسية، يضاف إليها القيم والمعتقدات الدينية والخلقية[44].

المحور الثاني: واقع التنمية البشرية في الوطن العربي.

شهدت المنطقة العربية عدم استقرار كبير ومتواصل بلغ ذروته في صراعات طال أمدها في سوريا والعراق ولبنان والصومال ومصر والسودان واليمن. كما حدثت أيضا في عام 2011 انتفاضات

[44] فؤاد حيدر، التنمية والتخلف في العالم العربي: طروحات تنموية للتخلف، بيروت: دار الفكر العربي، 1990، ص ص 14-20.

شعبية في البحرين ومصر وليبيا وسورية وتونس. وهذا يجعلنا نطرح تساؤل: هل يمثل الربيع العربي بداية مرحلة ازدهار الديمقراطية أو انتشار التطرف والصراعات والعنف؟

وأمام صور المظاهرات والصراعات واسعة النطاق في المنطقة العربية، من المهم دراسة بعض الأسباب المحتملة التي تكمن وراء هذه الإنفجارات العنيفة.

أ-مستويات سكانية واتجاهات:

1-حجم ونمو السكان: في عام 2010، بلغ عدد سكان المنطقة العربية 357مليون نسمة، بعد أن تضاعف منذ عام 1980 (الجدول 1). ومن بين357 مليون ينتمي 231 مليون منهم، أي الثلثان، إلى البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية. والبلدان اللذان يضمان أكبر عدد من السكان في المنطقة، هما مصر (81 مليون) والسودان (44 مليون)، وينتميان إلى البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية. فمنذ عام 1980 نمت المنطقة العربية والدول التي بمرحلة انتقالية بنسبة 2.4في المئة سنويا. لكن بعد عام 2010، بدأت نسبة النمو السكاني تتباعد، حيث حققت المنطقة نموا سنويا قدره 1.8في المائة خلال 2010-2025، بينما حققت البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية نموا أعلى قدره 2.1 في المائة.

ومن ضمن البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية، أكثر الزيادات السكانية بين عامي 2010 و2025 ستكون في مصر (20مليون نسمة) والعراق والسودان(17 مليون لكل منهما) واليمن(13 مليون).

2-الهيكل العمري للسكان: إن أغلبية سكان المنطقة العربية شبان تقل أعمارهم بين 15-24 سنة، ويمثل الشباب 20% من السكان في مصر وسوريا وهي بلدان في صميم الربيع العربي، كما يمثل الشباب 15% في البحرين و21% في الجزائر، و22% في ايران والأردن، والتي شهدت أيضا احتجاجات. فبين عامي 1980 و2010، وزاد عدد الشباب في البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية بأكثر من الضعف حيث بلغ 46 مليون نسمة، ويتوقع أن يقفز عدد الشباب إلى 58 مليون بحلول عام 2025، وفي هذه الحالة

يجب إحداث 12 مليون وظيفة إضافية لتفادي ارتفاع البطالة بين الشباب إلى مستويات أعلى في البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية.

3-الخصوبة والزواج وتنظيم الأسرة: في العقود الثلاثة الماضية، انخفض معدل الخصوبة في المنطقة العربية من 6.3 طفل لكل امرأة إلى 3.4 طفل، أي بفارق قدره 2.9 طفل لكل امرأة. ومع ذلك انخفضت الخصوبة في البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية فقط إلى 3.9 طفل. وبحلول 2020-2025، ستبقى البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية تتميز بخصوبة أعلى بقليل، وفي حين يتوقع أن تبلغ المنطقة العربية مستوى الإحلال، أي 2.1 طفل لكل امرأة بحلول عام 2050، لن تصل خمسة بلدان إلى هذا المستوى، إذ لن تحقق العراق وفلسطين والسودان واليمن والصومال مستوى الإحلال في الخصوبة إلا بحلول عام 2100، وهذه البلدان تعاني منذ سنوات من أزمات إقتصادية وتفتقر للإستقرار السياسي. ومن أهم التطورات على صعيد السياسات السكانية أن الحكومات العربية التي انتهجت سياسات للحد من الخصوبة آخذ في الإرتفاع، بما في ذلك البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية.

4-التحضر: يعيش أكثر من نصف سكان العالم حاليا في المناطق الحضرية. ومنذ عام 1980، بلغ عدد سكان الحضر أكثر من الضعف في البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية، إذ أنه قفز من 43 مليون نسمة عام 1980 إلى 105 مليون في عام 2010. حيث تشهد العديد من بلدان المنطقة العربية انتقال عدد كبير من السكان من المناطق الريفية إلى المناطق الحضرية بحثا عن وظائف حضرية يمكن أن تكون أكثر أمانا وأفضل أجرا.

5-الهجرة الدولية: ارتفع العدد الإجمالي للمهاجرين في البلدان التسعة التي تمر بمرحلة انتقالية من حوالي 12 مليون إلى 15.4 مليون. حيث تقدر التحويلات الرسمية التي تدفقت إلى البلدان النامية في عام 2011 بمبلغ 372 مليار دولار، بزيادة قدرها 12.1% مقارنة بعام 2010. قد تكون هذه الهجرة بمثابة صمام الأمان في البلدان التي تزخر بأعداد كبيرة من الشباب. ولكن مع انحسار فرص الهجرة على

نحو متزايد في المنطقة العربية وخارجها وانخفاض فرص العمل المحلية للشباب، قد تعاني البلدان التي كانت تعتمد في السابق على الهجرة من ضغوط متزايدة بفعل طفرة الشباب وارتفاع مخاطر العنف السياسي.

6-اللاجئون: يشكل اللاجئون نسبة هامة من المهاجرين الدوليين المقيمين في المنطقة العربية. حيث بلغ عدد اللاجئين أواخر عام 2011 عشرة ملايين نسمة يضاف إليهم 4.8 مليون لاجئ فلسطيني وضعوا تحت حماية وكالة الأمم المتحدة لإغاثة وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين في الشرق الأدنى (الأونروا). وتستقبل المنطقة العربية حوالي 1.7 مليون لاجئ معظمهم من البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية. وتكافح البلدان المضيفة لاستيعاب التدفق المفاجئ والكبير من اللاجئين وتوفير الموارد الشحيحة أصلا. كما استقبل الإتحاد الأوروبي حوالي 16 ألف طلب لجوء للمغتربين السوريين من أوائل سنة 2011 ومنصف سنة 2012.

7-المشردون داخليا: كثيرا ما تجعل الصراعات والأزمات الأخرى تشريد أعداد كبيرة من الناس داخل الحدود الوطنية وبصفة مفاجئة، في نهاية 2011، بلغ عدد المشردين نتيجة للعنف وانتشار النزاعات أو انتهاكات حقوق الغنسان في جميع أنحاء العالم 26.4 مليون شخص. وبقيت المنطقة العربية تعاني من زيادة في نزوح السكان. يحدث أغلب النزوح الجديد في هذه المنطقة على خلفية الربيع العربي، مما أدى إلى تشريد 75 ألف شخص في ليبيا، ومايصل إلى مليوني شخص في سوريا في أوئل سنة 2012، وفي اليمن حولي 500 ألف يمني في المناطق النائية بسبب عدم الإستقرار السياسي والصراع وارتفاع أسعار المواد الغذائية وانعدام الأمن الغذائي، بالإضافة إلى عديد المشردين في العراق والسودان والصومال.

ب -الوضع الإجتماعي والإقتصادي:

1-التطورات الإقتصادية: تدهور الوضع الإقتصادي الكلي بشكل كبير خلال عام 2011، على الصعيدين العالمي والإقليمي. أدى إلى انتشار موجة الإنتفاضات التي بدأت في تونس ومصر في بداية عام 2011 ثم انتقلت إلى باقي أنحاء المنطقة العربية، حيث تحولت المظاهرات الشعبية إلى صراع عنيف. على الرغم من أن سوريا واليمن الوحيدان اللذان سجلا نموا اقتصاديا سلبيا في عام 2011. والأخطر هو تراجع أسعار البترول التي سيكون لها انعكاس سلبي على المنطقة العربية خاصة الدول الريعية[45].

2-أسواق العمل والبطالة بين الشباب: وقعت الإنتفاضات العربية في سياق ظروف معيشية متدهورة تحت حكم أنظمة استبدادية قمعية، وبعض الدول العربية لاتزال تعاني من ارتفاع معدلات الأمية بالإضافة إلى أن 55% من العرب لا يستطيعون الوصول إلى الإنترنت ويعتمدون على التلفاز كمصدر رئيسي للمعلومات. وهذا يختلف من بلد لآخر. فمثلا نجد 22% فقط من المصريين يستخدمون الأنترنت، في حين نجد نسب مرتفعة تستخدم الأنترنت في قطر والإمارات والسعودية. ومعدلات بطالة الشباب العربي من أعلى المعدلات في العالم والتي تتراوح مابين 20% و 40%، مقارنة بمعدلات البطالة في العالم التي تتراوح من 10% إلى 20%. وبعد الإنتفاضات الشعبية ارتفعت معدلات البطالة بين الشباب العربي لواحد من كل ثلاثة أشخاص دون وظيفة. وهذه الأرقام تختلف حسب المناطق، فمثلا معدلات بطالة الشباب منخفضة في معظم دول مجلس التعاون الخليجي (تصل إلى 2% في قطر)، وترتفع إلى حوالي 30% في مصر، وتصل إلى 44% في العراق. وذلك بسبب المستويات العالية من الفساد،

---

45 باري ميركن، تقرير التنمية الإنسانية العربية (الربيع العربي: التركيبة السكانية في منطقة تمر بمرحلة انتقالية)، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي: المكتب الإقليمي للدول العربية، 2013، ص ص 8-21.

والأنظمة الإستبدادية غير الكفأة، والقمع السياسي والإجتماعي، والمعاملة السيئة وشروط المعيشة الصعبة وبسبب ضعف أسواق العمل أو قلة ورداءة فرص العمل ووفقا لمنظمة العمل الدولية فإنه حتى عندما يحصل الشباب على وظائف، غالبا ماتكون ظروف العمل سيئة كانخفاض الأجور وقلة الحماية الإجتماعية[46].

3-الأهداف الإنمائية للألفية: فيما يتعلق بالأهداف الإنمائية للألفية، تم إحراز تقدم كبير في عدد من المجالات على الصعيد العالمي، كما حققت المنطقة العربية تقدما في تحقيق العديد من الأهداف الإنمائية للألفية بما في ذلك خطوات هامة في مجالي الصحة والتعليم. ومع ذلك، وقعت نكسات خطيرة وبرزت قيود تعود إلى عوامل مختلفة، منها ضعف الأداء الإقتصادي نسبيا في تسعينيات القرن العشرين وأوائل سنوات 2000 والتمويل غير الكافي للسياسات الإجتماعية وزيادة التوترات السياسية والصراعات. ولاتزال تتسم المنطقة العربية بالتفاوتات الحادة بين المناطق الفرعية المختلفة. حسب عدد كبير من تقارير الأمم المتحدة الحديثة، دول مجلس التعاون الخليجي ذات الدخل المرتفع في طريقها إلى تحقيق معظم الأهداف الإنمائية للألفية، في حين البلدان الأكثر فقرا، التي تعاني معظمها من النزاعات، بالإضافة إلى العراق وفلسطين، مازال مسارها معرقلا. وبالتالي فمن المستبعد جدا أن تتمكن من تلبية معظم الأهداف بحلول عام 2015 أو حتى بحلول عام 2020، وهناك تقارير تعتقد أن الصراعات الأخيرة في المنطقة من شأنها تأخير التنمية في البلدان العربية بما لا يقل عن خمس سنوات[47].

المحورالثالث: التحول الديمقراطي والتنمية في العالم العربي.

لقد شكلت قضية "الإنتقال أو التحول الديمقراطي" **Democratic Transition**، أو عملية "الدمقرطة"**Democratization** مبحثا رئيسيا في علم السياسة منذ منتصف القرن العشرين، وعلى مدى

[46] Charles Harb, "Arab Youth Values and Identities: Impact of the Arab Uprisings", Mediterranean Yearbook, 2014, p p 72-73.

[47] باري ميركن، المرجع السابق الذكر، ص 25.

العقود الثلاثة الماضية. ويشير مفهوم "الإنتقال أو التحول الديمقراطي" في أوسع معانيه إلى العمليات والتفاعلات المرتبطة بالإنتقال أو التحول من صيغة نظام حكم غير ديمقراطي إلى صيغة نظام حكم ديمقراطي. وقد مثّل عام 2011 مفصلا مهما في التاريخ السياسي المعاصر، فقد ظلت المنطقة العربية هي الأقل تغيرا في مجال التحول الديمقراطي منذ الموجة الديمقراطية الثالثة التي بدأت في عام 1989، ولكن عام 2011 مثّل نهاية لهذه الإستثنائية الديمقراطية، فمنذ ديسمبر 2010 وحتى اليوم شهدت العديد من الدول العربية خروجا شعبيا غير مسبوق للمطالبة بالإصلاحات السياسية والشفافية وحكم القانون.

ولعل التحديات السياسية والإقتصادية هي من أبرز التحديات التي تواجه التحول نحو الديمقراطية، وتتمثل التحديات السياسية في تدعيم الديمقراطية أثناء فترة التحول، ومايصاحب ذلك من أزمات وفوضى، وبناء مؤسسات ديمقراطية تتمتع بالقبول الشعبي[48]. والمواءمة بين مشروع بناء(دولة الإستقلال) أو(دولة الثورة) وبين نزوعها الشديد إلى السيطرة والهيمنة على كل المؤسسات والمرافق العامة[49]. كما تتمثل التحديات الإقتصادية في تحقيق الإستقرار الإقتصادي وتحقيق نمو اقتصادي يتسم بالعدالة والإنصاف لكافة مكونات المجتمع. ويمكن للدول أن تتخذ عدة إجراءات لمواجهة هذه التحديات من أهمها إعادة كتابة الدستور بما يتلائم وطبيعة المرحلة الجديدة، والإعداد للعملية الإنتخابية ومن بينها تخصيص مقاعد خاصة للنساء في البرلمان، وإشراك الشباب في عملية التحول الديمقراطي.

ويعتبر البعض أن تحقيق الديمقراطية يتمثل في القضاء على مؤسسات الدولة القديمة وتفكيكها تماما، والعمل على إعادة تأسيسها على أسس "ثورية جديدة"، وذلك بدءا بالقضاء، ومرورا بأجهزة الأمن، وانتهاء بالجيش. وهذا الأمر له سلبياته تفوق إيجابياته؛ فعملية تفكيك المؤسسات تؤذي إلى تدمير البنية التحتية للمؤسسات؛ وبالتالي الإنحدار إلى الفوضى؛ وعليه من الضروري الإنتباه إلى ضرورة المحافظة

---

48 هيفاء أبو غزالة وآخرون، المرأة العربية والديمقراطية، مصر: منظمة المرأة العربية، 2013، ص 86.

49 سعيد بنسعيد العلوي وولد أباه، عوائق التحول الديمقراطي في الوطن العربي، سوريا: دار الفكر بدمشق، 2006، ص 63.

على تماسك منظومة المؤسسات، والبدء بشكل تدريجي في إعادة هيكلة هذه الأجهزة وإعادة تأهيل كوادرها بما يتلائم مع مرحلة التحول الديمقراطي.

إن سقوط النظم السلطوية لايعني الوصول إلى الديمقراطية، فالكثير من دول العالم أطاحت بنظم سلطوية، لكنها انحدرت إلى الحرب الأهلية، أو انضمت إلى خانة الدول المنهارة، أو استبدلت بديكتاتوريات أخرى. ويقول بول سالم في تعليقه على أحداث الثلاثاء 15 نوفمبر 2010، بأنه قد برزت في حقل علم السياسة أدبيات متعددة تخصصت في دراسة مختلف تجارب الإنتقال إلى الديمقراطية في أمريكا الشمالية والجنوبية، وأوروبا الشرقية والجنوبية، وآسيا، وإفريقيا، وحاولت أن تعثر على نقاط التشابه، وأن تستقي الدروس منها. بيد أن هذه الأدبيات أعادت التأكيد بأنه ليس ثمة تجربتين متطابقتين في عملية الإنتقال الديمقراطي، وانه لاتوجد نماذج جاهزة يمكن تصديرها من دولة إلى أخرى، فكل مجتمع يجب أن يعثر على طريقه الخاص لمواجهة التحديات السياسية، وأن يبتدع التوافقات والمؤسسات التي تلائم على نحو أفضل ظروفه الخاصة.

إن هذا الموضوع الخاص بعملية الإنتقال تناوله العديد من المفكرين، حيث يمكن استخلاص بعض الأفكار والملاحظات التالية من خلال ذلك: **أولا:** أن إلحاق الهزيمة بنظام سلطوي لايعني الوصول إلى الديمقراطية. فالعديد من دول العالم أطاحت بنظم سلطوية، لكنها انحدرت إلى الحرب الأهلية، أو انضمت إلى خانة الدول المنهارة، أو استبدلت بديكتاتورية أخرى، ثمة خطر من هذا النوع الآن يواجه العديد من دول الربيع العربي، فالديمقراطية لاتتحقق فقط بغياب الأنظمة السلطوية، بل تكمن في إقامة مجموعة من المؤسسات السياسية المعززة بمجتمع تعددي منفتح، ومجتمع مدني حيوي، وسلطة قضائية قوية، وإعلام حر، وعناصر أساسية أخرى.

وثانيا: يتبين من خلال الإطلاع على التجارب العالمية أنه حتى لو تمت إقامة الديمقراطية، فإن هذا لن يكون مماثلا لامتلاك القدرة على الحفاظ على هذه الديمقراطية وضمان استقرارها. إن الظروف

التي تحقق الدمقرطة ليست هي نفسها التي تضمن بقاءها على المدى الطويل؛ فالديمقراطية تحتاج على الأقل إلى جيل كامل كي تستقر، ثم إنها تتطلب اهتماما وتطورا متواصلين لضمان أنها ستبقى ديناميكية وحيوية؛ فالديمقراطية ليست نهاية المطاف، بل هي عمل مستمر ومتواصل؛ وعليه يمكن القول إنه لايمكن للمجتمع أن يتحول إلى أكثر من ذلك، فتعزيز المؤسسات الديمقراطية والتنوير لأفراد المجتمع هو بداية الطريق للوصول إليها، وهذا يحتاج إلى وعي جميع أفراد المجتمع وجهودهم[50].

الشباب وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وفرص التنمية:

ترى لبنى الصقلي حنا **Lounba Skalli-Hanna**، التي تقود برنامج التنمية الدولية في كلية الخدمة الدولية في الجامعة الأميركية. أنه عندما يتعلق الأمر باستخدام تقنيات الأنترنت والإتصالات، هناك تردد كبير من قبل الشباب على استخدام التكنولوجيات الجديدة لعدد من الأمور مثل الحصول على المعرفة وإنشاءها وتداولها؛ وتوجيه النفس والتعلم الذاتي؛ والمواطن الصحفي هو جسر لما يحدث على أرض الواقع للمجتمع الدولي؛ ومنبر لمناقشة موضوعات محرمة مثل التحرش الجنسي للمرأة. على الرغم من هذه الإتجاهات الإيجابية، وتنظيم مشاريع للشباب في منطقة الشرق الأوسط تماشيا والتطورات الحاصلة في العالم. والطريقة الوحيدة لمسايرة هذه التطورات هي دعم الشباب من خلال تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، بحيث يمكن إستعمالها في عملية التغيير كفعاليات اجتماعية خطيرة. والإستثمار في تكنولوجيا المعلومات والإتصالات كأدوات واستراتيجيات للتنمية يجب أن يكون من خلال وضع سياسة استراتيجية للشباب في دول المنطقة. وتوجيه الإستثمارات إلى: الخدمات التعليمية، والمشاركة المدنية، والأعمال التجارية والمشاريع الحرة، والمنظمات الشبانية، وإنشاء مراكز تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في المجتمع وإنشاء مراكز للتكنولوجيا في المناطق النائية.

---

[50] هيفاء أبو غزالة وآخرون، المرجع السابق الذكر، ص ص 86-89.

ويرى هتون الفاسي **Hatoon Al Fassi**, وهو مؤرخ سعودي في جامعة الملك سعود في الرياض، أن الإستخدام السياسي والإجتماعي لوسائل الإعلام الاجتماعية في المملكة العربية السعودية. المدون السعودي الأول بدأ في عام 2005، الكتابة عن حياته المختلطة مع النقد للشؤون العامة. ومنذ ذلك الحين، أصبحت مسيسة بتزايد استخدام وسائل الإعلام الإجتماعي في السعودية. حيث تستخدم للحملة من أجل قيادة المرأة للسيارة، لتقديم مطالب سياسية، كمنبر للإحتجاج من قبل الشباب والنساء، الذين وجدوا ملجأ في ذلك كشكل من أشكال التعبير. المدونات أيضا مساحة للنساء والرجال ممنوعة من الكتابة في الأوراق الرسمية، وقد استخدم اليوتيوب لتطوير وتبادل الأفلام القصيرة الساخرة خلال الربيع العربي. والشباب السعودي تابع الجهات الفاعلة في الربيع العربي مباشرة، وبدأ بنسخ النموذج، لتصبح خلاقة بشروطهم. وقال الفاسي أن المملكة العربية السعودية بدأت تشهد التغيير الاجتماعي التي تحفزها التغيرات الداخلية في المجتمع السعودي مثل المستوى التعليمي المتزايد من السعوديين، ظهور نمط من التحدي التقليدي والسلطة الطائفية، وظهور أشكال غير مؤسسية قاعدية للتنظيم الذاتي حول الأفكار. في هذا الصدد، يمكن أن تكون وسائل الإعلام الإجتماعية أداة مساعدة للتنمية الإجتماعية في المملكة[51].

المحور الرابع: وسائل الإعلام الجديدة وأحداث الربيع العربي.

قد لا يختلف إثنان في أن ثورات ما اصطلح على تسميته، "الربيع العربي"، الذي جاء متأخرًا عن "ربيع براغ" المخنوق ثلاثة وأربعين عامًا، وعن "ربيع أوروبا" الزاهر إثنين وعشرين عامًا، وقد اتسَمت، إضافة الى عنصر المفاجأة، بعناصر جديدة لم تكن لتخطر ببال أحد، أو على الأقل وبكل تأكيد لم تخطر ببال الحاكم العربي المطمئِن لفائض سلطته وفعالية أجهزته القمعية والاستخبارية.

---

51 Conference Report: Democratic Transition and Development in the Arab World (Program on Arab Reform and Democracy, Center on Democracy and Development and the Rule of Law, Stanford University, April 26 and 27, 2012), p 3.

من أبرز هذه العناصر استخدام تكنولوجيا المعلومات، للمرة الأولى في تاريخ الثورات، بشكل محترف وبمهنية وكفاءة عالية. حتى إن ديكتاتورًا عربيًا لم يتردد في لحظات يأسه وحَنَقه من تحميل هذه الوسائل مسؤولية إندلاع الثورات وانتشارها. فأصبحت هذه التكنولوجيا – التي وفّرها أصلا النظام نفسه – هي " حفّارة قبره" – نسخة القرن الواحد والعشرين!.

وقد شكّلت هذه التكنولوجيا رافدا فعّالا و"حاملا" موثوقًا وسهل الإستعمال لشباب الثورات، عوض الحزب والمنشور أو الدعاية السرّية أو أي من الأساليب التقليدية في الحشد والتحريض أو التشبيك.

ونتحدث هنا تحديدًا عن استخدام الهواتف الخليوية المزوَّدة بكاميرات رقمية، وعن شبكات الاتصالات الهاتفية التي باتت ايضا قادرة على الولوج إلى شبكة الانترنت، وعن مواقع التواصل الاجتماعي المنتشرة في هذه الشبكة: يوتيوب وفليكر ودايلي موشن لتحميل الأفلام والصور؛ فايسبوك وتويتر للتشبيك والتواصل وإرسال واستقبال المعلومات والنصوص، ومواقع المدوّنات لعرض الأفكار والنقاشات وتحريض الرأي العام، إضافة بطبيعة الحال الى المحطات التليفزيونية الفضائية والمواقع الاخبارية والشخصية المنتشرة.

تكنولوجيا متطورة، بخسة الثمن نسبيًا وسهلة الإستعمال، أتاحت الفرصة لجيل شاب ومتعلّم في التعبير عن نفسه بحرّية وعفوية، ومن ثم سمحت له باختبار أفكاره على أرض الواقع، وتأطير المؤيدين والتنسيق في ما بينهم والتشارك في التحرّكات، والتحوّل من الفضاء الإفتراضي إلى "الساحة"، التي بدأت شيئا فشيئا تستقبل الوافدين إلى أن أصبحت هي الميدان.

ولم يقتصر الإختبار على الأفكار، التي سرعان ما انتشرت كالنار في الهشيم، وإنما كان اختبارًا أيضًا للتكنولوجيا نفسها بآفاق استعمالها، ومدى إمكانياتها وسرعة وفعالية استجابتها.

تبدأ الرحلة من هاتف محمول بسيط مزوّد بكاميرا رقمية يحمله "المتظاهر"، يسجّل عبرها الوقائع التي يشاهدها أو يتعرّض لها؛ يحمِّل الصور أو الأفلام على موقع يوتيوب أو فليكر ومن ثم يتشارك بها مع مواقع التواصل الإجتماعي بوصلات سهلة وسريعة. دقائق ويشاهدها العالم أجمع!.

وقد يكون أول اختبار حقيقي وعلى نطاق واسع لهذه الوسائط ذاك الذي حصل قبل أشهرٍ قليلةٍ من اندلاع النار في جسد بوعزيزي، بائع ناصية سيدي بوزيد الجوّال في العاصمة التونسية، حين اكتشف العالم بذهول قُدرة وفعالية مواقع التواصل الإجتماعي، ولا سيما تويتر وفليكر، في نقل وقائع "الثورة الخضراء" التي هبَّت، ساعات قليلة بعد إعلان نتائج الإنتخابات الرئاسية في طهران عام 2009[52]، رأينا كيف أن الشباب المتعلمين في استخدام وسائل الإعلام الجديد: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، وبلوق، والهواتف الخلوية التي تعتمد على الانترنت[53] إحتجوا على تزوير الإنتخابات و"إبطال وسرقة" أصوات الناخبين. حيث لجأ الغاضبون الإيرانيون حينها إلى تويتر، بعد أن شُلَّ الإعلام ومُنع الصحافيون والمراسلون من تغطية أحداث القمع الدموي، فكان نافذة الشارع الإيراني إلى العالم وإلى الإعلام الغربي الذي بدوره لم يتردد في نقل "التغريدات" مباشرة من مكان الحدث وفي بناء المواقع الإلكترونية المتخصّصة بذلك، مُطلقًا على هذه الثورة "ثورة تويتر **Twitter Revolution**" تيمّنًا بالثورة التي انطلقت قبل أشهر قليلة في مولدافيا (ربيع 2009) واستُخدم فيها تويتر أيضًا على نطاق واسع. حينها لم تتردد وزارة الخارجية الأميركية في تقديم طلب غير اعتيادي من تويتر لتأجيل برمجة صيانة الموقع حتى لا تنقطع الإدارة عن دفق أخبار الشارع الايراني التي تصل عبره. وقد دعا حينها مارك بفيفل، مستشار الأمن القومي المركزي السابق، إلى منح تويتر جائزة نوبل للسلام ذاك العام مؤكدا أنه "لولا تويتر لم يشعر

---

[52] الشبكة العربية لدراسة الديمقراطية، الربيع العربي: ثورات الخلاص من الإستبداد دراسة حالات، بيروت: دار شرق الكتاب للنشر، 2013، ص ص 455 –457.

[53] Michael Teague, « New Media and the Arab Spring », Al Jadid Magazine, 8May, 2011, p 1.

شعب إيران بالقوة والثقة بالنفس للوقوف في وجه القمع والنضال من أجل الحرية والديمقراطية"[54]. حيث بعد الثورة الشعبية في تونس، كانت دول أخرى تعاني من الفوضى بسبب المعاناة من الديكتاتوريات القمعية، فمثلا في مصر وسائل الإعلام المملوكة للدولة نفت وجود أي نشاط من هذا القبيل على أرض الواقع[55]. ففي الوقت الذي غابت أجهزة الإعلام التقليدية ظهرت وسائل بديلة جديدة ما لبثت أن اكتسبت مشروعية إعلامية كبيرة وأصبحت في أماكن وأحيان كثيرةٍ مصدرًا (شبه وحيد) للخبر وللصورة. وبسرعةٍ تحوّلت مواقع التواصل الإجتماعي من مساحات للتسلية والتعارف والإعلان إلى مواقع نشاطات سياسية نضالية تستقطب مئات وآلاف الشابات والشبان العرب المعترضين والغاضبين. وتدحرجت كرة الثلج التكنولوجية هذه سريعًا وكبُر تأثيرها من ساحة الى أخرى منذ انطلاقها الأول في شوارع طهران وحتى آخر قرية شقية منسيّة في بلادنا.

وقد يكون من الُمبكر الجزم بحجم مسؤولية هذه الوسائط في اندلاع الثورات العربية وتقييم دورها الحقيقي في ذلك. فحبرٌ كثيرٌ بدأ يسيل من باحثين وأكاديميين ومن عاملين وناشطين في حقل تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والإعلام ومن "الثوار" أنفسهم، موافقًا أو معترضًا، متحمسًّا لإعطائها دورًا فريدًا أو مُقلّلا من أهميتها. ولكنّ المؤكّد أنها شكّلت علامة فارقة ومميّزة ستطبع يوميات هذه الثورات بطابع العصر الرقمي وتعطيها بُعدها الحداثي الذي خاطب العالم – للمرة الأولى – بلغة واضحة ومفهومة، فشدّ انتباهه وحشد المؤيدين وأسقط مرّة واحدة وإلى الأبد مقولات "الخصوصيات والإستثناءات العربية"، غربيًا كان مصدرها أم عربيا[56].

المحور الخامس: آليات تحقيق التنمية في الوطن العربي.

---

[54] نفس المرجع، ص ص 455 –457.

[55] Walaa Ramadan, Media coverage of the Arab Spring and the new Middle East, London: Middle East Monitor, April 2014, p 4.

[56] نفس المرجع، ص ص 457-485.

"عندما نزيل آخر أقنعة الوهم فإننا نشاهد الخطوط الهادية التالية للنظام العالمي: سيحكم أغنياء المجتمعات الثرية العالم متنافسين فيما بينهم على نصيب أوفر من الثراء والقوة وعاملين على قمع أولئك الذين يقفون في طريقهم، يساعدهم في ذلك أغنياء الأمم الجائعة الذين يعملون طوع أمرهم. أما الآخرون فمهمتهم الخدمة والمعاناة". **نعوم تشومسكي Noam chomsky**

تحتاج السياسات العربية إلى تحليل وتقييم استراتيجي شاملين قبل التخطيط لسياسات مستقبلية من شأنها تحقيق تنمية شاملة. وحسب المصطلحات المعاصرة الرائجة لابد للعالم العربي أن يخترع نفسه من جديد. وأن يحرر نفسه من القيود ويتحلى بالرؤية ويعمد إلى خلق القيادة المؤسسية التي يمكن أن تغيّر مجرى التيار. ولا يمكن لقدر قليل من التغيير القيام بهذه المهمة.

1-الإستثمار في العنصر البشري:

إن تقوية الأفراد والمجتمعات والإستثمار في التنمية البشرية هي أمور بعيدة في جوهرها عن السياسة الإجتماعية والإقتصادية العربية التقليدية. وتدل التجارب العالمية على أن البلدان التي تستثمر في البشر تحصل على تنمية من نوع أفضل. ومن الأمثلة على ذلك مايسمى بالنمور الآسيوية مثل كوريا وهونغ كونغ وسنغافورة وتايوان. فقد استثمرت هذه البلدان بصورة مكثفة في تعليم مواطنيها وتحسين المهارات والكفاءة الإدارية لقواها العاملة وذلك في فترة مبكرة من مسيرتها التنموية.

ويخلص ريتشاردز ووتربري إلى القول: "إن هناك ترابطا خاصا بين التنمية الإقتصادية وتنمية المهارات أو تشكيل رأس المال البشري". فعملية النمو برمتها أمر لايمكن تصوره دون تحسين للمهارات البشرية. وحسب هذا الرأي فإن التعليم والأنواع الأخرى من تكوين المهارات تمثل جوهر عملية عملية التنمية وذلك إضافة إلى جوهر التغيير التكنولوجي الذي هو أحد ضروريات النمو الإقتصادي.

2-التمكين الإقتصادي والروابط الخارجية:

تتأثر التنمية الشاملة في البلدان تأثرا عميقا باعتبارات خارجية. والرابطتان الهامتان بصفة خاصة هما العلاقات العربية البينيّة والتنافس العالمي.

أ-العلاقات العربية البينيّة:

توجد بين البلدان العربية الواحدة والعشرين عوامل مشتركة أكثر مما توجد بين غالبية التحالفات الإقليمية السياسية والإقتصادية الحالية. وأقبح الهزائم الإقتصادية للسياسة العربية العامة المعاصرة هي تفويت فرصة التكامل الإقتصادي بين هذه الدول. ولمدة عقود كان هذا المفهوم معترفا به وموضع إقرار وصياغة رسمية وحظي بالموافقة عليه في اتفاقيات كان من المفترض أن تؤذي إلى سوق عربية مشتركة. والواقع أنه لم يعد يجري شيء يذكر لتنفيذ هذه الإتفاقيات رغم الإجتماعات العديدة التي عقدت تحت رعاية جامعة الدول العربية.

حيث سيمثل هذا التكامل الإقتصادي للأقطار العربية الطريق القصير لتوسيع نطاق التجارة وتشجيع إقامة صناعات جديدة والحد من الإعتماد على الصناعات الأجنبية وتحسين الإستفادة من الموارد البشرية والرأسمالية. ومن شأن السوق الموسعة أن توفر دينامية جديدة وتسارع في التنمية الإقتصادية على أساس إقليمي تفوق وتتجاوز قدرة أي دولة بمفردها. كما أن من شأنها أن ترشّد من استخدام القطع الأجنبي بتوجيهه نحو استيراد المواد الأساسية الضرورية للإنتاجية والنمو الإقتصادي. كذلك سيوفر للدويلات ذات رؤوس الأموال الضخمة فرصة لتحقيق وفرات الحجم الكبير في الإنتاج بل وفرصة للمنافسة على نطاق عالمي.

ب-التفاعلات العالمية:

هناك تحول عالمي هائل آخذ في التكشّف وعامل على خلق حقائق جديدة في جميع مجالات الحياة. وليست الزيادة في التجارة العالمية والإستثمارات الدولية سوى نتيجة واحدة لا غير لهذا التحول. فثمة نتيجة أخرى وهي ثورة المعلومات. وهاهو التحول التكنولوجي يعيد من جديد اختراع سوق العمل

ويزيد في التنافس بين الأمم وداخل الأمم على الأفكار والمهارات ورؤوس الأموال. والعولمة تسير مدفوعة باعتماد متبادل متزايد بين اقتصادات العالم وبتكامل بين الأسواق المالية وأسواق الإتصالات.

ولن تصبح الإقتصادات العربية عوامل يعتد بها في التجارة الدولية إلا من خلال المشاركة في هذه القوى التكاملية العالمية. وسيحول التكامل الإقتصادي التوجهات الإحتكارية في الإقتصادات الصغيرة ويدخل منافسة حقيقية، الأمر الذي سيرفع كفاءة الإنتاج ونوعية المنتجات استعدادا للمنافسة العالمية التي مازالت تتكشف بالتدريج[57]. وخلق حالات توازنية بالنسبة إلى ميزان المدفوعات والموازنة العامة[58].

خاتمة:

من خلال ما سبق الإشارة إليه ، يمكن أن نستنتج مجموعة من النتائج تتمثل في: أن أسباب الحراك الشعبي في العالم العربي كثيرة ومعقدة، ولايمكن تلخيصها في سبب واحد، وبالرغم من وجود اختلافات اقتصادية وسياسية متميزة في المنطقة العربية، من الواضح أن الإتجاهات الديمغرافية زادت من صعوبة العديد من التحديات التي تواجهها المنطقة، فارتفاع معدلات النمو السكاني خلال الثمانينات والتسعينيات أدى إلى تدفق أعداد كبيرة من الشباب في القوى العاملة في البلدان التي تمر بمرحلة انتقالية في المنطقة العربية، ونتيجة لذلك يواجه العديد من الشباب ارتفاع معدلات البطالة وعدم النشاط. وليست الضغوط الديمغرافية السبب الوحيد وراء الإحتجاجات، لكنها سبب تفاقم المشاكل. وبالتالي فإن خلق فرص عمل حقيقية للشباب شرط مسبق للقضاء على الفقر ، والتنمية المستدامة والسلام.

ساهمت وسائل التكنولوجيا كمواقع التواصل الإجتماعي التي وفرها توسع شبكات الأنترنت في المنطقة (وتزايد عدد مستخدميها) عنصرا حاسما جعل الإعلام بلا قيود، ومكّن المواطنين من التحاور

---

[57] جميل جريسات، إدارة التنمية العربية في ظل السياسة اللامنهجية، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1998، ص ص 268-278.

[58] سالم توفيق النجفي، إشكالية الدولة العربية المعاصرة بين التفكك والإندماج: التحديات الإقتصادية والضرورات الإجتماعية، القاهرة: روافد للنشر والتوزيع، 2011، ص 115.

وإنتاج المواقف السياسية سويا. وما إن بدأت الثورات حتى صارت الفوارق بين العالم الإفتراضي ومقابله الواقعي محدودة، فتحول الإفتراض نفسه إلى وسيلة تعبئة واقعية ومساحة التقاء وانتفاض تحمل كل ضروب الإبداع والتعبير عن تراكم الغضب من جهة، وعن التوق إلى الحرية والعزة من جهة ثانية.

يعد التركيز على تعديل السياسات الإقتصادية وتنظيم القطاعات المنتجة ومواجهة معدلات البطالة المرتفعة على قدر عال من الأهمية. وتطوير أسس جديدة للتعاون الإقتصادي بين الدول العربية هو تحد كبير راهنا ومستقبلا. كما أن تقديم الحوافز والسعي لجذب الإستثمارات والتركيز على الميزات التفاضلية وتأمين التنمية المتوازنة جغرافيا داخل كل بلد هي أولويات لئلا تصبح الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية بذاتها خطرا داهما في ظل المرحلة الإنتقالية على الأوضاع الأمنية التي تمر بها بلدان المنطقة.

قائمة المراجع والمصادر: أولا: باللغة العربية:

1- أبو غزالة هيفاء وآخرون، المرأة العربية والديمقراطية، مصر: منظمة المرأة العربية، 2013.

2- بنسعيد سعيد العلوي وولد أباه، عوائق التحول الديمقراطي في الوطن العربي، سوريا: دار الفكر بدمشق، 2006.

3- جريسات جميل، إدارة التنمية العربية في ظل السياسة اللامنهجية، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1998.

4- حيدر فؤاد، التنمية والتخلف في العالم العربي: طروحات تنموية للتخلف، بيروت: دار الفكر العربي، 1990.

5- ميركن باري، تقرير التنمية الإنسانية العربية (الربيع العربي: التركيبة السكانية في منطقة تمر بمرحلة انتقالية)، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي: المكتب الإقليمي للدول العربية، 2013.

6-النجفي سالم توفيق، إشكالية الدولة العربية المعاصرة بين التفكك والإندماج: التحديات الإقتصادية والضرورات الإجتماعية، القاهرة: روافد للنشر والتوزيع، 2011.

7- السمالوطي نبيل، علم إجتماع التنمية دراسة في اجتماعيات العالم الثالث، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1996.

8- صابر محي الدين، التغير الحضاري وتنمية المجتمع. سرس الليان، 1962.

9- الشبكة العربية لدراسة الديمقراطية، الربيع العربي: ثورات الخلاص من الإستبداد دراسة حالات، بيروت: دار شرق الكتاب للنشر، 2013.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1- Aronson Jay, « Development: Definitions and Assumptions Technology for Developing Communities", 2006.

2- Harb Charles, "Arab Youth Values and Identities: Impact of the Arab Uprisings", Mediterranean Yearbook, 2014.

3-N. Shanmugaratnam, On the Meaning of Development: An Exploration of the Capability Approach, Forum for Development Studies, 2001.

4- Ramadan Walaa, Media coverage of the Arab Spring and the new Middle East, London: Middle East Monitor, April 2014.

5- Teague Michael, « New Media and the Arab Spring », Al Jadid Magazine, 8May, 2011.

6-Conference Report: Democratic Transition and Development in the Arab World (Program on Arab Reform and Democracy, Center on Democracy and Development and the Rule of Law, Stanford University, April 26 and 27, 2012).

تطور التكنولوجيا ومظاهرها المعاصرة

أ.لينا غالي حوا

المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الأنسانية/الجامعة اللبنانية

تمهيد

شكلت" التقنيات "و"التكنولوجيا "العناصر الأساسية التي ميزت الحضا ا رت، وسمحت بتلاقي المجتمعات

المعاصرة .ليس كونها قوة إقتصادية فحسب، وانما لأنها قوة ثقافية فاعلة تؤثر في مختلف أوجه

المجتمعات

وط ا رئق تعلمها .فبدون التكنولوجيات يصبح قيام الحضا ا رت واستم ا ريتها صعباً لا بل مستحيلاٍ،

حتى باتت

حاجة ملحة، ومظه ا رً أساسياً من الحياة اليومية .وذلك رغم السمعة السيئة التي طالتها لفترة طويلة، إذ

انها

لطالما أوحت بالسيطرة على الطبيعة والمحيط وسخرتهما، مثلها مثل سائر العلوم .ولطالما كانت متضا

ربة مع

الدين ورجاله.

وقد سبغت كل تقنية وتكنولوجيا عصرها بصفات ومي ا زت أثرت في الثقافة وط ا رئق التفكير والتعلم .

ففي حين

شكلت" تكنولوجيا الحروب والإتصالات "مي ا زت القرن العشرين، تشكل تكنولوجيا" المعلومات

والإتصالات"

سمات القرن الواحد والعشرين، حتى بات الحديث عن المجتمع الرقمي الإلكتروني او مجتمع المعلومات، والذي يقوم أساساً على" نشر المعرفة وانتاجها وتوظيفها بكفاءة في جميع مجالات النشاط المجتمعي "

والبيئة

الرقمية، يحتلان الحيز الأساسي من حياتنا في شتى الأنشطة الحياتية.

وكان ميدان الإتصال والتواصل الأكثر تأث ا رً بهذا التطور التكنولوجي .إذ فتحت له" ثورة الإتصالات والمعلوماتية "أفاقاً جديدة، بفضل تطور التقنيات الإلكترونية للألياف الضوئية، التي أدخلت العالم في

مرحلة

إتصالية جديدة، قاربت بين البشر والأمم بشكل غير مسبوق، وصل إلى حد التفاعل الشديد والإندماج

الثقافي

اولتداخل الإنساني .فاصبح العالم نتيجة لهذا التقارب، عبارة عن قرية عالمية، بحيث يمكن سماع

ومشاهدة

أي حدث في العالم بالصورة والصوت في اللحظة نفسها التي وقع فيها، والتفاعل والتعليق والرد بما يوافق.

. امفهوم التقنيات والتكنولوجيا وعلاقتها بالعلوم

التقنيات بشكل عام هي" عرض القد ا رت العملية التي تسمح بأداء نشاط معين بسهولة وفعالية "وهي بهذا المعنى تقع تحت عنوان" الد ا رية "اي" المعرفة الكيفية "للقيام بهذه المهمة، في حين إن إضافة "

لوجيا"

في مصطلح تكنولوجيا "يظهِّر المنحى النظري للتقنيات، ويسمح بالدلالة على وجود أساس" علمي "او

على

الأقل وجود أبعاد نظرية لتطبيق هذه التقنيات) Bruce.J.Hunt, 2010, p1-2 (.ويعتبر مصطلح "التكنولوجيا "حديث نسبياً، يعود الى بداية القرن السابع عشر مع كتابات الفيلسوف والكاتب الإنكليزي

"فرنسيس بايكون "الذي استنبط المنهج الإستق ا رئي العلمي وساهم في قيام الثورة العلمية في ذلك

الوقت، والتي

بلغت أوجها في القرن الثامن عشر مطلقة " عصر التنوير . (Cardwell D.S.L 1972, P31) "في

حين

يعود تركيب هذا المصطلح الى اليونانية بحيث يتألف من مقطعين الأول" تكنو "وتعني حرفة او تقانة

ومهارة،

او فن .و"لوجيا "والذي يعني" علم "او د ا رسة(.نسرين حسونة، 22 شباط) 2016 وبشكل عام وفي

حين

تبدو" التقنيات هي الط ا رئق او الآليات التي تسمح بإنجاز انواع من المهمات"، تعتبر التكنولوجيا" تطبيق

العلوم بشكل خاص، لأهداف صناعية او تجارية"، وبمعنى آخر" الطريقة العلمية المستخدمة لتحقيق هذه

الأهداف) Bruce.J.Hunt, 2010, p1-2 (."كما تع رف التكنولوجيا على أنها": جهد إنساني وطريقة

للتفكير في استخدام المعلومات والمها ا رت والخب ا رت والعناصر البشرية وغير البشرية المتاحة في

مجال معين

وتطبيقها في اكتشاف وسائل تكنولوجية لحل مشكلات الإنسان واشباع حاجاته وزيادة قد ا رته("نور الدين

زمام،date 25-5-2016)

أ الأسئلة الإشكالية- :

من خلال هذا التعريف تبدو العلاقة واضحة ما بين التكنولوجيا والعلوم، كما تظهِّر دور المعلومات

والخب ا رت وط ا رئق إنتقالها ونشرها وادارتها في بناء التكنولوجيا وتطويرها، ما يطرح أسئلة إشكالية

ملحة فيما:

-أي من الإتجاهين، ما بين التكنولوجيا والعلوم، يؤثر في الآخر؟ وهل أن التكنولوجيا هي فعلياً

"العلوم التطبيقية "او على العكس من ذلك، هل ان الإكتشافات العلمية هي النتائج الحتمية لتقدم التكنولوجيات ونتائج الفرص التي توفرها؟

-هل أن مسيرة التقدم التكنولوجي محددة بشكل أساسي من خلال الإكتشافات العلمية السابقة ؟

-وما هي مظاهر التكنولوجيا الحالية الأكثر برو ا زً وتأثي ا رً في الأف ا رد والمجتمعات؟

-وهل إن التطور التكنولوجي، هو المحدد الأساسي لتطور الإتصال ووسائله، أم ان الإتصال بمختلف وجوهه ساهم في التطور التكنولوجي ونشره؟

ب نوع ومنهج البحث- :

للإجابة عن هذه الأسئلة، تعتمد هذه الد ا رسة، على منهج أساسي هو **المنهج التاريخي** .ويعرف هذا المنهج بأنه وصف للوقائع التي حصلت في الماضي وتحليلها وتفسيرها بغية إكتشاف تعميمات تساعدنا على فهم الحاضر والتنبؤ بأشياء وأحداث للمستقبل("أنواع مناهج البحث العلمي، -6 -2 :Date 2014)ويعرف أيض اً **بالمنهج الإستردادي**، حيث يعمد الى" إسترداد الواقع الذي مضى من أحداث ووقائع، كما يرتبط بد ا رسة ظواهر حاضرة من خلال الرجوع الى نشأة هذه الظواهر والتطو ا رت التي جرت

عليها، من أجل الإفادة منها في فهم الحاضر وصناعته وبنائه والتخطيط للمستقبل برؤية علمية(."د. يوسف عبد الأمير طباجة، 2011 ، ص(406 - 405

ت تقنيات وأدوات البحث-

أولاً :التقميش أو التوثيف

ستعمد هذه الد ا رسة الى م ا رجعة الأدبيات الموجودة في مجالات متعددة:

-تاريخ التطور ،

-التكنولوجيا

-تكنولوجيا المعلومات،

-العلوم الأساسية

ثانياً :الملاحظة

يمكن تعريفها على أنها عملية توجيه الحواس لمشاهدة ومتابعة سلوك معين أو ظاهرة معينة وتسجيل

جوانب

ذلك السلوك وخصائصه" .وهي عبارة عن عملية مشاهدة، أو متابعة لسلوك ظاهرة محددة، ضمن ترتيبات

بيئية تضمن الحياد، والموضوعية("ربحي عبد القادر الجديلي،( ) date: 2-6-2014 د .يوسف عبد

الأمير

طباجة، , 2011 ص(236 .

. النظرية إنتشار المبتك ا رت أو التقبلDiffusion of innovations theory

تسمح هذه النظرية بشرح كيفية تقبل المجتمعات للإبتكا ا رت الحديثة التي تدخل ضمنها التكنولوجيات

بمختلف

أنواعها .كما تسمح بتبيان دور وتأثير الإتصال ووسائله بوجهيه الوجاهي والجماهيري .وقد تم وضع هذه

النظرية في نهاية الخمسينيات من القرن الماضي، حيث كان الإهتمام منصباً على تحديث المجتمع الريفي

الأميركي وجعله مواكباً للتغي ا رت الإقتصادية والإجتماعية التي حصلت في الولايات المتحدة الأميركية

في فترة

ما بعد الحرب العالمية الثانية.

كرست هذه النظرية نظرية التأثير المحدود لوسائل الإعلام .ووظفت سياسياً من قبل الولايات المتحدة

الأميركية في الإتصال على م ا رحل، في" حربها الباردة "مع الإتحاد السوفياتي من خلال" الثورة الخض

ا رء"

وهي خطة لتعصير وتطوير القطاع الز ا رعي في البلدان النامية، لا سيما انه القطاع الإقتصادي

الرئيسي في

هذه الدول، وذلك في مواجهة خطط التأميم التي إعتمدها الإتحاد السوفياتي .ومثال على ذلك حملات

توعية

الم ا زرعين بأساليب إتصالية تتوافق مع هذه النظرية (.نظرية إنتشار المبتك ا رت-2-24 date

2016,)

واضع هذه النظرية هو أيفرت روجرز، Everett Rogers ، وهو متخصص في مجال علم الإجتماع

الريفي

والعمل الإجتماعي .وقد كان مرك ا زً خلال بحثه، على كيفية تبني الجمهور للمستحدثات والتكنولوجيات

الجديدة

في مجال الإستهلاك والإنتاج، ومنها إدخال أساليب جديدة في الز ا رعة، أو إقتناء جهاز تنقية المياه

لتفادي

الأم ا رض مثلاً...

وقد إتخذ في بحثه فرضتي نظرية تدفق الإتصال على مرحلتين منطلقاً لبناء فرضياته وتوسيعها .وتعتبر

هاتان الفرضيتين ان:

1-وسائل الإعلام والإتصال، بدلاً من ان تكون عامل تحويل للمعتقدات، فإنه من الأرجح أن تكون

عامل تعزيز للمعتقدات المتصورة، المدركة مسبقاً.

2-وأنه مهما كان لوسائل الإعلام والإتصال من تأثير فإنه من الأرجح يتم تنقيتها عبر قادة ال أ ري.

إلا انه في نظريته هذه، يذهب أبعد من ذلك إذ يسمح بالمزيد من الإحتمالات المعقدة لتدفق الإتصال

حيث

يرى بأن تدفق المعلومات ينتقل من شخص الى آخر وهلم ج ا رً.

ولهذه الغاية، قام بم ا رجعة والتدقيق في أكثر من 5000 د ا رسة أمبيريقية متعلقة بانتشار كل ما هو

مبتكر في

مجال الإجتماع الريفي والأنتروبولوجيا .بهدف التعرف على اليات تبني المستحدثات من قبل الجمهور.

متسائلاً حول الفئات الأكثر إستعداداً لتبني الإبتكا ا رت، وما هي العوامل التي تؤثر في تبني الإبتكار،

هل

هي وسائل الإعلام او الإتصال الشخصي؟ ام عوامل أخرى.

وقدم نموذجه كوجهة نظر مركبة لانتشار المبتك ا رت في النظام الإجتماعي .حيث ووفق هذه النظرية،

"يتم

إنتشار المبتك ا رت، حينما تنتشر فك رة معينة من نقطة الأصل إلى المناطق الجغ ا رفية المحيطة بها،

أو من

شخص الى شخص خلال منطقة واحدة ."ويعتمد ذلك على أربعة عناصر:

1-**المبتكر او الإبتكار**، وهو أي فكرة جديدة تدخل الى النظام الإجتماعي.

2-**الإتصال عبر قنوات محددة**، حيث تتم عملية الإنتشار عبر أقنية إتصال جماهيرية وشخصية .إذ

يرى هذا النموذج بأن قنوات وسائل الإعلام والإتصال أكثر فاعلية في خلق معرفة حول المبتك ا رت،

بينما تكون قنوات الإتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول فكرة جديدة

3-الوقت :إذ تحتاج عملية إنتشار المبتك ا رت الى استهلاك الوقت، وهو عامل ضروري في ذلك، إذ

يدخل في عملية إتخاذ الق ا رر حول الإبتكار، والتي تشتمل هي الأخرى على أربعة عناصر بالإضافة

الى الوقت وهي :المعرفة، والإقتناع، والق ا رر، والتثبيت.

4-**الأعضاء في النظام الإجتماعي** .وهم مستقبلي الرسالة او المبتكر، ضمن مجتمع معين.

وقدم روجرز تفصيلات كثيرة حول شخصية قادة ال أ ري مبقياً على المفهوم السابق حوله (.أ.د مي العبدالله، 2010 ، ص(274 - 270

إلا انه أ رى ان دور قادة ال ا ري يتم عبر تدفق للإتصال متعدد الم ا رحل، إذ يوجد في عملية الإتصال لإنتشار المبتك ا رت اعتماد متنوع ومتعدد على تدفق الإتصال من المصدر الى الجمه ور الواسع .لذا جاءت تسمية هذه النظرية Multi step flow of information and influence حيث هناك المتبنون الأوائل للمبتكر من خلال وسائل الإعلام، وقادة ال أ ري الذين يتبنون المبتكر وينقلونه الى أتباعهم من أصدقاء او أقارب من خلال الإتصال الوجاهي، من ثم تتبنى أغلبية الأتباع المبتكر الجديد لثقتهم في قائد ال أ ري وفي خبرته وسعة اطلاعه .والمتخلفون وهي الفئة البطيئة في إتخاذ ق ا ررها .ويستنتج من ذلك

ان دور وسائل الإعلام يقتصر على المرحلة الأولى من الإعلان عن المبتكر الجديد، وان الإتصال الوجاهي يلعب الدور الرئيسي في إقناع الجمهور بتبني المبتكر.

وتشمل عملية إتخاذ الق ا رر أربعة م ا رحل هي:

-وجود حافز

-مبادرة الفكرة في النظام الإجتماعي.

-شرعية الفكرة.

-ق ا رر تنفيذ الفكرة

وقد لاحظ روجرز خلال م ا رجعته للد ا رسات ان هناك خمسة م ا رحل أساسية لعملية تبني المبتك ا رت وهي:

-مرحلة الوعي بالفكرة Awareness stage :حين يعلم الفرد لأول مرة بالمبتكر الجديد إما بشكل عفوي بالصدفة عبر وسائل الإعلام، أوبشكل مقصود أي انه سمع انه سيبث برنامجاً خاص اً حول

الموضوع.

-مرحلة الإهتمامInterest stage :

عندما يصبح السلوك هادفاً، من خلال الرغبة في مزيد من التعرف على المبتكر ومعلومات إضافية

حوله.

-مرحلة التقييمEvaluation stage :

حيث يقيم المعطيات المتوفرة ويقرر إذا كان من فائدة في إخضاع المسألة للتجريب العملي.

-مرحلة التجريبTrial stage :

حيث يقوم بتجريب المبتكر على نطاق ضيق او لفترة محدودة

-مرحلة التبنيAdoption stage :

إذا إقتنع الفرد بالمبتكر بعد التجريب فإنه سيتبناه، وان لم تكن مرحلة التجريب مقنعة فسيتخلى عنه.

(نظرية إنتشار المبتك ا رت(date 24-2-2016

. IIIنشوء وتطور التكنولوجيا

من الصعب بمكان البحث في كل تاريخ التكنولوجيا والتقنيات، لأرتباط نشأتها وتطورها بتاريخ وتطور

الكائن

البشري، إذ ان الإنسان منذ وجد وهو يحاول تطوير معرفته وقد ا رته في إستخدام الموارد المحيطة به

لإغ ا رضٍ

تساعده على البقاء والإستم ا ررية .لذا سوف يتم إستع ا رض التقنيات والتكنولوجيات المهمة التي طبعت

المجتمعات منذ نشوئها، والتي حملت اليها التغيير والتطور خلال تلك الم ا رحل، والتي لا ا زل تأثيرها

ظاه ا ر

في تكنولوجيات الحاضر، وبشكل خاص تلك المتعلقة بالإتصال.

أ م ا رحل التطور والتكنولوجيا عبر العصور–

منذ أصبح **الإنسان الحجري الأول،** قاد ا رً على السير على رجلين إثنتين بشكله الجسدي الحالي

واعتماده

النظام الغذائي النباتي الحيواني، إستخدم الحجارة كوسائل تقنية وعمد الى صقلها لتعينه في الدفاع عن–

نفسه تجاه الحيوانات المفترسة .واستخدمها في الصيد وتقطيع اللحوم وفصلها عن الجلود، التي حوَّلها

لاحقاً

الى ملابس وخيمٍ تشكل مساكن متنقلة .وقد شكل **إخت ا رع النار** أهم ثورة في ذلك العصر، إستخدمها

لطهو

الطعام والتدفئة والحماية تجاه الحيونات المفترسة، وصناعة الأدوات الفخارية

(Charles Singer , et al ,1967 p. 22)

وبهدف الإتصال مع الآخر والتعاضد خلال صيد الحيوانات الكبيرة، إبتكر الكلام المنطوق كتقنية

فيزيولوجية

مهيأة مسبق ا . الذي ساعد، بالإضافة الى حرفة الصيد، على نشوء أوائل المجتمعات Ken 2001(.

. Ramshøj Christensenكما عمد الى الإتصال من خلال الرسم على جد ا رن الكهوف، بواسطة

أصابعه بداية (تقنية داخلية بواسطة الجسد)ومن ثم بواسطة الف ا رشي التي صنعها من وبر الحيوانات

والألوان الطبيعية المحيطة به (تقنيات تشكل إمتداد اً للجسد ,David Crowely, Paul Heyer .)

) (2007,p 9-12ورغم التغي ا رت المناخية التي حصلت في العصور الجليدية والعصور التي تلتها،

ساهمت هذه

الأدوات الخارجة عن جسده من أسلحة وفؤوس وسواطير ومخابيء ولباس، بجعله أكثر الكائنات قدرة

على

البقاء(Charles Singer et al ,1967 p. 17.25) (.

ميز **العصر الحجري الحديث** قيام **الثورة الز ا رعية،** حيث تمكن الإنسان من الز ا رعة وتدجين الحيوانات ورعيها، وتجفيف الحبوب وحفظها واعادة زرعها .فشكلت الز ا رعة ثورة أمنت الرخاء للقرى التي تعتمد عليها.

وتشكلت خلال هذه الفترة اول أشكال المجتمعات الحضارية، التي تعني مجتمعاتٍ مرتبطة بالدولة من خلال

الض ا رئب والقوانين(قوانين حمو ا ربي( )..إبتكا ا رت فكرية .)وت ا زمن ذلك مع إكتشاف النحاس الذي إستخدم في

صناعة الأسلحة الأواني والحلى والخزفيات .وبدأت تقنية النجارة واستخدام النول لصناعة النسيج، وأنظمة الري، والسدود، بالإضافة الى الأقنية لتصريف الماء .وانتشرت مخازن الحبوب، والأسمدة، والقوارب الخشبية

والعوامات كوسائل نقل في الأنهر، والطواحين التي تعمل بحركة دائرية، والدولاب والبك ا رت(المرجع نفسه.)

وبرزت الرياضيات نتيجة تطور تقنيات الري والمساحة حيث وضعت مقاييس اوجدها المساحون . بالإضافة

الى التقويم الزمني من خلال تقنية عامود الظلال، والرصد .وصنع الطلاء، والعطور والم ا رهم الطبيعية، والزيوت، وادوات التجميل والمطيبات الغذائية .كما استخدمت تقنيات التحنيط التي تميز بها المصريون مستخدمين نبيذ البلح، وتقنية تخمير العصائر السكرية لصناعة البيرة ونبيذ التمر .تركزت هذه التقنيات وغيرها في مصر وبلاد ما بين النهرين، و فلسطين، ولدى الأشوريين والبابليين والسومريين والسوريين) . Charles Singer, et al, 1976)

ومن ناحية تقنيات الإتصال، بدأت الكتابة مع الاحرف المسمارية التي إبتكرها السومريون فشكلت اهم تقنيات التدوين والتوثيق في تلك الفترة،) (David Crowely,Paul Heyer, 2007,p26-29) (Charles

ةينوناقلاو ةينيدلا صوصنلا لقنو ينفلاو يبدلأا ريبعتلل ةليسو دعب اميف Singer, et al ,1967 تلوحتو.

وقد ت ا زمنت مع نظام الكتابة الهيلوغريفي المصري الذي شكل نواة الابجدية الفينيقية، والتي تعد اول ابجدية

في التاريخ .كما قام المصريون بصناعة الورق من نبات البردى التي انتشرت في بلاد حوض المتوسط.

ودونوا عليها أخبارهم وط ا رئق الصناعات المختلفة التي كانوا يقومون بها Olivier) (2015, p15

كما عرف الصينيون ايضاً صناعة الورق الذي صنعوه بواسطة الأ رز (Aiim, Stephanie Billet, . Charles Singer, et al, 1967)

تميز الإغريق في الحضارة اليونانية، بميلهم الى العلوم النظرية والفلسفة والأرقام والأحرف وعلوم الفلك . وهم

يعتبرون مخترعي الطب، وعلم الحيوان، وقياس المسافات، بالإضافة الى قوانين رياضية وضعها أرخميدس

كما وضع البرغي المائي الذي يعمل كمضخة مائية لجر المياه .أما **الإخت ا رع الثوري** في تلك الفترة تمثل

بركوب وترويض الخيل واستخدامها كوسيلة نقل، والتي إعتبرت إخت ا رعاً مهماً آنذاك تم ذكره في الإلياذة،

وارتبط بالإله مارس، اله الحروب، لما له من دور في تحقيق النصر .كما استخدمت العربات المربوطة الى

الخيول، وشقت الطرقات، ما سمح للإنسان بقهر المسافات، وسه ل التبادل بين الشعوب Armand) .

. (Mattelard, 1996, p4ويرجع مصطلح" الكهرباء "الى تلك الفترة، مع حجر الكهرمان، والذي عند

حكه يجذب القش(Bruce.J.Hunt, 2010, p.96) .

من ناحية الإتصال، غي رت الأحرف اليونانية التي تم إخت ا رعها في حوالي عام 700 ق.م طريقة التفكير

وسمحت بفتح قد ا رت التعلم ا(لق ا رءة والكتابة)والتحديث الفكري David Crowley, Paul (

. (Heyer, 2007, p55وتبين الإكتشافات الأثرية وجود اوان فخارية تعود الى تلك الحقبة تحمل أسم صانعها،

إب ا ر ا زً لقد ا رته، ولتميزها عن غيرها من الفخاريات (Bill Chiaravalle,2007, p 12-13) .ما يدل ان مبدأ

توسيم السلع branding يعود الى تلك الفترة .وذلك بالإضافة الى اليافطات الإعلانية المصنوعة من

التي ا ركوتا، التي انتشرت امام المحال التجارية(C.H. Sandage,1945, p.3) .

إستمر التأثير اليوناني واضحاً في الحضارة الرومانية، في بعض الجوانب الثقافية والإقتصادية والإجتماعية

اولدينية .كاللغة واقامة المنشآت وسك العملة .إلا انها قدمت مساهمات في تطوير الحكم والجيش وتنظيمه،

وفي الفنون الحربية والقتالية، وفي فن العمارة والهندسة التي تمظهرت بالكولوسيوم، والفور وم وأقواس النصر،

والمعابد والجمنازيوم والحمامات العامة، وحفر الأقنية المائية-Frederic Foutierm, et al p100) .
107)

وتمثلت مساهمة الرومان في الإتصال من خلال إكتشافهم في الشمع مادة جديدة يدونون عليها مذك ا
رتهم

وحساباتهم ورسائلهم .كما أنشأوا مشاغل لنسخ الكتب عمالها من العبيد .فيما قام الناشرون في روما
بإصدار

المؤلفات على نطاق واسع .وظهرت بواكير الصحافة، إذ كان الرومان يصدرون صحفاً مكتوبة تعلق في
اماكن مختارة ليطلع عليها الناس، ويقوم موظفون بق ا رءتها، وكانت أشهر هذه الصحف صحيفة Acta
Diarnaالتي تهتم بالأخبار العامة، وصحيفة Acta Senatus التي تهتم بنقل أخبار مجلس الشيوخ
ومناقشاتهم، وصحيفة Acta publica الأكثر إنتشا ا رً لإهتمامها بالشؤون المالية والإجتماعية(د .محمد
علي القوزي، 2007 ، ص(55

إتكلت أوروبا في فترة" القرون الوسطى "على الإخت ا رعات والأفكار الآتية من الصين والهند والعرب،
الذين

نقلوا اليها معارفهم في مناطق الإلتقاء بالحضارة الإسلامية كإيطاليا وجنوب إسبانيا .كانت أوروبا في فترة
ركود وص ا رعات وقد اطلق على هذه الفترة تسمية عصور الظلام .ورغم ذلك تميزت هذه الفترة بج أ رة
المكتشفين في إستخدام التقنيات، كالتشريح البشري، واكتشاف المناجم .بالإضافة الى الأسفار، التي قام
بها

الإيطاليون والربتغاليون والأسبان في القرن الخامس عشر والتي توجت باكتشاف العالم الجديد عام
1520ب

م .كما توصلوا الى ابتكا ا رت تسمح بتقنين العمل وتحسين الحياة اليومية ومنها الحركة الدائرية التي

تعددت

استخداماتها .والدولاب الكبير الذي استخدم في العديد من الالآت، في الح ا رثة وفي آلة النول، التي

كان لها

تأثير كبير في صناعة النسيج، وفي الساعة المكانيكية التي نمت عن عبقرية وتقانة كبيرة، عدا عن

البوصلة(Cardwell. D.S.L. 1972, P 35 - 30) .

عرفت هذه المرحلة ثورة مهمة في الإتصال، تمثلت **باخت ا رع المطبعة** عام 1455 **م**،على يد جوهان

غوتنبرغ.

والتي شكلت ثورة معرفية واتصالية في آن، سمحت بنشر سلسلة من الكتب، كانت رم ا زً للتعليم الجديد

والمعرفة الجديدة، واصبحت في متناول الجميع في او روبا .وقد شكلت بالإضافة الى الساعة، دعامة

للحضارة المعاصرة) Cardwell. D.S.L. 1972, P 12 - 11 (كما أونشأ مرفق البريد، والغرض

منه جمع

الخطابات والصور في مكان معين ونقلها بسرعة وانتظام الى المرسل اليه لقاء أجر معلوم (.د .محمد

علي

القوزي 2007 .، ص(56 .

وفي وقتٍ موازٍ كان العرب في عصرهم الذهبي، فكانت دمشق وحلب والكوفة وبغداد والقيروان وقرطبة

والقاه رة وم ا ركش وفاس من اهم الم ا ركز العلمية في العالم .وبرع العرب في العلوم، وتمكنوا من

تطوير علم

الفلك اليوناني والرياضيات اولفلسفة، كما أضافوا مساهمات كبيرة في مجال الطب خاصة في عمليات

العيون، وتوصلوا الى تقنية التخدير اولتطعيم .وصنعوا فتائل الج ا رحة المغموسة بالعسل لمنع التقيح،

وخيوط

الج ا رحة من إمعاء الحيوان، وادوات الج ا رحة المختلفة .وهم اول من غلف الادوية بأملاح الذهب او

الفضة

ليسهل إبتلاعها .وابتكروا علوما واعطوها أسماءً كعلم الكيمياء وعلوم الجبر والمثلثات، والمعادن .ومن

إخت ا رعاتهم في الفيزياء آلة رصد الفلك .كما لجأوا الى الطاقة الميكانيكية للإستغناء عن الطاقة

الحيوية في

استخدامات عديدة، كمضخة المكبس لرفع المياه .وقاموا بتحسينات كبيرة على الملاحة وبناء السفن

والهندسة،

والري ومواد التجميل وفنون الطهي(.تاريخ العلوم العربية، تاريخ(2016 – 3 – 3

وتعلموا صناعة الورق من الصينيين، فإنتشرت مصانع الورق في بغداد ومن ثم انتقلت الى مصر 11 (.

–

12Cardwell. D.S.L. 1972, P)

سمي القرن السابع عشر بعصر العباقرة والثورة العلمية، إذ تميز ببروز مفكرين عملوا على وضع مباديء

ونظريات كانت الأساس في الإكتشافات العلمية اللاحقة، كما عملوا على تقدم التكنولوجية (وهو التعبير

الذي اطلق لأول مرة في بداية هذا القرن)، وأطلقوا الثورة العلمية في أوروبا والعالم، خاصة مع الفيلسوف

وعالم الإجتماع **فرنسيس بايكون**، من خلال كتاباته حول التكنولوجيا والتقنيات والعلوم، ووضعه للمنهجية

الإستق ا رئية .**وغاليليو غاليليه**، الذي كان ا رئداً فيما يتعلق بالفلسفة الميكانيكية، ووضعه حسابات

رياضية

لحساب" الجهد" "والعمل المتولد "و"القوة "و"الطاقة"، التي أصبحت لاحقاً أساسية في علوم الفيزياء والهندسة.

كا توصل الى نظرية" الهمود ."من جهة أخرى بدأت الد ا رسات حول خصائص الهواء والغاز، فاكتشف البارومتر 1 لقياس الضغط الجوي، واثبت ان للهواء وزنا وانه سائل أرخميدي كالمحيطات والبحار يمارس ضغطاً على كل ما يحيطه ما يشكل الضغط الجوي .وان تسخينه يجعله أخف وزناً منه . 2 وقد كانت هذه

الأفكار الأساس في علوم الترموديناميك، وفي كثير من الإكتشافات اللاحقة ك"المحرك البخاري "و "المنطاد ""ودولاب الماء "في هذا القرن، ولاحقاً" الطائرة "في القرن العشرين .Cardwell. D.S.L) (1972, P30-50) . و ف تح المجال لعلوم البصريات 3 مع إسحق نيوتن 4 الذي وضع نظرية الجاذبية .كما شهد علم

الفلك تقدماً ملح وظ اً. 5

1البارومتر عبارة عن مضخة زئبقية، انطلقت الفكرة من وضعها عندما تبين ان المضخة المائية لا تستطيع ان تجذب الماء

لمسافة أعلى من 32 قدم نتيجة الضغط الجوي، وهو الرقم الذي تم التعارف حوله على انه وحدة قياس الضغط الجوي، من ثم

إستخدم الزئبق مكان الماء في هذه المضخة لقياس الضغط، كونه 13 مرة أثقل من الماء.

2بينت التجارب بواسطة البارومتر وبواسطة مضخات الهواء، أن الهواء قابلٌ للضغط، ووجود علاقة رياضية بين" الضغط"

و"الحجم ."إنطلاقاً من هذه الفكرة ومن فكرة ان الهواء سائل يختلف فيزيائياً عن الماء كونه أخف منه وزناً، إنطلق بليز باسكال

إلى فكرة إمكانية بناء مركب او سفينة يمكن ان تبحر في الهواء شرط ان تكون اخف منه وزناً .ومن ثم

تم التأكد ان تسخين

الهيدروجين يمكن ان يجعله أخف وزن اً.

3إكتشف إسحق نيوتن، إنح ا رف الضوء عند مروره بالمواد الشفافة وتكسّره عند مروره بالشكل

المسدس، وان الضوء الأبيض

عبارة عن مجموعة من الإشعاعات المختلفة الألوان والتي تشكل " الطيف"

وفي مجال الإتصال، بدأت فكرة جمع الأخبار وطباعتها على شكل نش ا رت إخبارية .وظهرت اول

صحيفة

مطبوعة على مطبعة حديثة في عام 1630 م .فشكلت **الطباعة والبريد** الأساس ال ا رسخ لنشأة

الصحافة

وانتشارها(د .محمد علي القوزي، 2007 ص(57 - 55 :

ميز القرن الثامن عشر" **الثورة الصناعية** "التي اتت نتيجة تطور التكنولوجية، والزيادة الملحوظة في

الإخت ا رعات الصناعية .فإنطلقت هذه المرحلة تعزز إج ا رءات غاليليو العلمية وايديولوجية بايكون .

فكثرت

الإخت ا رعات التجريبية، خاصة فيما تعلق بالبحث واستخدام الطاقة البخارية .وتم تطوير المحرك

البخاري 6 من

خلال إدخال المكبس او البيستون، ومن ثم" المكثِّف المستقل condensateur "، واعتماد مقاييس دقيقة

لقياس الضغط فيه .فشكل هذا المحرك حينها مصد ا رً فعالا وعملي للطاقة الصناعية .من ناحية أخرى

تمت د ا رسة الكهرباء 7 بشكلها الساكن، حيث إستطاع لويجي غالفاني 8 إثبات وجود كهرباء حيوانية

من خلال

نشر ملاحظاته حول تشريح الضفادع(Heinz Gartmann, 1960) .

4إسحق نيوتن) 1727 – 1642) Issaac Newton عالم إنكليزي من أبرز العلماء مساهمة في

الفيزياء والرياضيات،

انطلق من أعمال كبلر ونيكولاس كوبيرنكوس حول الأج ا رم السماوية واعمال غاليليو حول حركة

الأجسام وقام بصياغة

مجموعة قوانين رياضية حول" القوة "والحركة "والتي يمكن استخدامها لقياس كل شيء بدءاً من المدا ا

رت الى الكواكب الى

السقوط الحر للأشياء وقد كان قانون الجاذبية اهمها، نشر كتاب Principa عام 1687 تضمن معظم

مباديء الميكانيكا

الطبيعية.

5ب ين كبلر بأن كل الكواكب المدارية تمر عبر الشمس وتدور بشكل بيضاوي، وهي تشبه كوكب

الأرض

6عمل توماس نيوكومن بين 1700 و 1712 على تطوير المحرك البخاري الذي كان في البداية بسيط

جداً، يحوي مضخة

فاعلة مزدوجة، حيث يتم شفط المكبس في برميل من خلال البخار المكثف .وعندما يكون البرميل مليء

بالبخار تقطع عنه

الح ا ررة ويصب الماء البارد ما يكثف البخار، ومن ثم يتم إحداث الف ا رغ ما يجعل الماء يعلو في

الأنبوب المتصل ليملاء الف ا رغ،

وعندما يعود ضغط البخار مرة أخرى، يدفع الماء خارجاً من خلال انبوب مرتفع الى خ ا زن أعلى منه .

وقد سمي آنذاك محرك

الضغط الجوي، كونه يتكل على الضغط المتولد من الغلاف الجوي والذي عادلت قدرته طاقة خمسة

أحصنة.

7بينت نتائج التجارب إمكانية إنتاج كمية كبيرة من الكهرباء من خلال حك كرة زجاجية ونقل تأثيرها

لمسافة من خلال أسلاك

وموصلات أخرى، كما امكن حفظ شحنة كهربائية في جرة زجاجية مغطاة بالمعادن من خلال وصلها

بمولد إحتكاكي .وقد

درست الشحنات بداية وليس التيا ا رت، وعرف ان الشحنات المعاكسة تجذب بعضها، وان قوة الشحنة

الكهربائية تقع في مربع

المسافة بين الشحنتين المتعاكستين في الخط الواصل بينهما، وذلك لمعرفة قوة الدفع وقوة الجذب بينهما.

8لويجي غالفاني) 1798 - 1737 (طبيب وعالم تشريح بولوني، إكتشف ان أرجل الضفدعة تتحرك

نتيجة للصعق الكهربائي،

وكانت هذه التجربة من أوائل التجارب في علم الكهرباء الحيوية .ونتيجة لهذا الإكتشاف تم لاحقاً إخت

ا رع" البطارية الغلفانية."

اما من ناحية الإتصال ووسائله في تلك الفترة، فتط ورت الصحف بشكل سريع وانتقلت الى بلدان أخرى،

لكنها كانت محل إنتقاد الكتاب التقليديين الذين أ روا فيها وسيلة لتدهور اللغة .إلا ان تأثيرها كان كبي ا

رً حيث

سمحت بنشر الأفكار الثورية، فأطلق عليها تسمية " السلطة ال ا ربعة ."وقد عرف نابليون أهميتها ما

جعله

يستميل أصحابها لصالحه(د.نسيم الخوري، 2005 ، ص .) 368 - 363 وفي نهاية القرن، بدأ تبادل

الرسائل الضوئية في فرنسا وخاصة خلال الحرب النابولونية، من خلال التلغ ا رف الضوئي 9 الذي

تبنته لاحقاً

الإمب ا رلية البريطانية(Bruce. J. Hunt, 2010, p 80) .

ع رف القرن التاسع عشر" **بثورة الكهرباء**"، وتأسست خلاله علوم" الترموديناميكية "والنظرية الحركية،

التي

تناولت خصائص الغاز والحركة المتولدة عنها والميكانيك الإحصائي، فساهمت هذه الإنجا ا زت في

إيجاد

ط ا رئق جديدة لتسييل الغاز وفصل المواد الكيميائية وفي تحسين عمل المحركات البخارية وزيادة

فاعليتها

واستخداماتها، خاصة في وسائل النقل .وفي عام 1804 وضع أول قطار يعمل على البخار Heinz) .

. (Gartmann, 1960, p.70−115وتطورت الكهرباء، حيث وضعت أول بطارية كهربائية أطلق

عليها البطارية الغلفانية 10 والتي تستطيع إضاءة شعلة او قوس يعطي نو ا رً شديد التوهج من خلال

تسخين

الأسلاك المعدنية، واصبحت هذه الأقواس العملاقة مستخدمة لإنارة شوارع باريس وانتاج مؤث ا رت

ضوئية

مذهلة في اوب ا ر باريس ومسارح لندن .إلا ان توهجها الكبير جعل من الصعب إستخدامها في البيوت

والغرف

الصغيرة .فحلت هذه المشكلة من خلال" لمبات البلاتينيوم . 11 "من ثم أنشئت اول محطة طاقة كهربائية

للإنارة في نيويورك تعمل وفق نظام . 12DC إلا ان محدودية البطارية من جهة، واكتشاف

الكهرومغناطيسية

9التلغ ا رف الضوئي هو عبارة عن سلسلة أب ا رج موضوعة على التلال وبعيدة نسبياً عن بعضها البعض، تعلوها عارضة

وذ ا رعان قابلة للدو ا رن، ويشغلها عامل للإشارة الى رمز معين، ويقوم عامل آخر في البرج المقابل برؤيتها عبر المنظار ويدون

الإشارة ويشغل بدوره الذ ا رعين لينقل الرسالة الى البرج التالي، وبذلك تقطع الرسالة مئات الأميال في أقل من ساعة.

10البطارية الغلفانية تمت صناعتها من خلال وصل معدنين هما النحاس والزنك ووصلهما بلوح مبلل من مادة أسيدية ما

انتج تيا ا رً كهربائياً ثابتاً والذي بدوره انتج شعلة كهربائية، من خلال تسخين الأسلاك حتى تشع، كما امكنه تحويل الماء الى

مكوناته الأساسية اي الأوكسيجين والهيدروجين، بالإضافة الى تأثي ا رت أخرى

11استخدم البلاتينويم كونها مادة يمكن تسخينها الى حد الإشتعال دون ان تحترق والتي استبدلها لاحقاً بالكربون .اعتبر

توماس أديسون مخترع الكهرباء بينما في الواقع هو إخترع اللمبة الكهربائية للإنارة ولديه ب ا رءة إخت ا رع في إخت ا رع المايكروفون،

كما أنشأ محطة للإنارة معتمداً على نظام البطارية العملاقة للكهرباء المباشرة.

12نظام ال DC Direct current اي التيار الكهربائي المباشر المتولد من بطارية عملاقة.

من جهة أخرى، واخت ا رع اول مولد كهربائي 13 لتوليد الكهرباء المتواترة، دفع الكثيرين لإستخدامها في أجهزة

والات عديدة، في القطا ا رت والسفن وللإنارة، خاصة مع إخت ا رع الدينمو .فحصلت نتيجة ذلك، ما

عرف

بحرب انظمة الكهرباء، مع وضع نظام الكهرباء المنافس AC اي **التيار الكهربائي المتواتر** والمتولد من

الحث الكهرومغناطيسي، والذي إستقر الإعتماد عليه كمصدر مهم للطاقة ,Bruce. J. Hunt) . .

2010,p 39– 70

خطا الإتصال في تلك الفترة، خطوات مهمة بفضل تكنولوجيا الكهرباء، حيث وضعت عدة محاولات لنقل

الرسائل النصية باستخدامها، من خلال **التلغ ا رف الكهربائي** 14 ، الذي وصل بداية بسكك الحديد .

كان أفضلها

من صنع ساموييل مورس 15 ، الذي طور هذا الإخت ا رع معتمداً شيفرة خاصة به .وعمد الى تسويقه

إنطلاقاً من

الولايات المتحدة، وتباعاً في بريطانيا وفرنسا وعبر المحيطات، من ثم في كل مناطق الكرة الأرضية .وقد

كان تأثير هذا التلغ ا رف بار ا زً في كل الميادين) (Bruce.J.Hunt, 2010, p79–149). 16

وفي الفترة

نفسها، كانت بداية **السينما**، نتيجة للجمع بين ثلاثة مخترعات سابقة، هي اللعبة البصرية، والتصوير

الفوتوغ ا رفي، مع الكامي ا ر التي تجعل الصور الثابتة تدور فتبدو كأنها تتحرك .وضعها **الأخوين**

لوميير،

مشكلة أولى أشكال الإتصال الجماهيري المرئي (.نشأة السينما وتطورها، تاريخ(2016 – 3 – 3

وفي نهاية القرن تحول إنتباه الفيزيائيين الى الذرة التي تتألف من إلكترونيات سالبة وايجابية، والى

الإشعاعات، حيث اصبح من الصعب تطبيق التقنيات الميكانيكية السابقة .ففتحت المجال لإخت ا رعات

غير

مسبوقة خاصة في مجال تكنولوجيات الحروب والطب مع التصوير الشعاعي.

13المولد الكهربائي يعمل على الحث الكهرومغناطيسي وذلك عن طريق دو ا رن او غزل لفائف من

الأسلاك بين قطبي

مغناطيس، وبشكلها البسيط يمكن لهذه المولدات الممغنطة ان تنتج تيا ا رت متواترة courants

alternatifsذهاباً واياباً كلما

قطعت اللفائف خطوط القوة المغناطيسية .ومن خلال تدبي ا رت ذكية وجد المخترعون ط ا رئق لتسيير

التيا ا رت المتولدة في إتجاه

واحد رغم تقطعه بداية

14يقوم مبدأ التلغ ا رف الكهربائي، على إحتكاك ثابت للأسلاك الكهربائية، التي ترسل عبر المسافات،

في آخرها إبرة تهتز

للدلالة الى كل حرف من الأحرف الأبجدية حيث تهجأ الكلمات من خلال إرسال تيار في السلك المقابل

للحرف المناسب،

تألف بداية من ستة اسلاك وخمسة إبر.

15طور مورس نوعا من التلغ ا رف الكهربائي، مستخدماً إبرة فولاذية يعلوها قلم يسجل على شريط و

رقي دوار فيرسم أشكالاً من

نقاط و أشرطة تمثل الحروف اطلق عليها رموز مورس ووضع لها كتيب للترميز وعمد الى ترويجه.

16ساهم التلغ ا رف في عمل سكك الحديد من خلال تقديمه إشا ا رت دقيقة حول الوقت والطقس

والعواصف وانذا ا رت الح ا رئق،

وفي تطوير التجارة من خلال تقديمه لوائح الأسعار، وفي تطوير عمل وكالات الأنباء من خلال وجود

شبكة متنامية الأط ا رف

من الم ا رسلين الذين يقومون بجمع الأخبار ونقلها.

إلا ان اهم إخت ا رع في القرن التاسع عشر كان" إخت ا رع طريقة الإخت ا رع."

. Vامظاهر التكنولوجيا الحديثة في القرن العشرين والواحد والعشرين

تلعب التكنولوجيات اولتقنيات حالياً دو ا رً محوري اً في مختلف أوجه الحياة .فمنذ بداية القرن العشرين، اولتكنولوجيات المنبثقة عن العلوم وعن التجارب وعن الحاجات، تتناسل محتلة الحيز الأكبر من الإهتمامات.

وقد كانت الكهرباء(التي أصبحت علماً ي درس ويخضع للتجارب)العامل الأساسي في تطوير الإبتكا ا رت

وانتشارها .كما ولا ي ا زل لها اليد اليد الطولى في ذلك .واكبها بدءاً من منتصف القرن، تكنولوجية الكومبيوتر

ولغته الرقمية، الذي شكل بالإضافة الى الهاتف النقال، أكثر الوسائل التكنولوجية إستخداماً وانتشا ا رً بين التكنولوجيات المعاصرة.

ويمكن تمييز مرحلتين أساسيتين فيما يتعلق بتطور التقنيات والتكنولوجيا في القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين:

المرحلة الأولى :تمثلت بالحرب العالمية الأولى وما تبعها، اولتي فرضت تطوير التقنيات والتكنولوجيات- لأغ ا رض **عسكرية وحربية**، ومن ضمنها وسائل الإتصال التي شكلت أدوات حربية نوعية.

المرحلة الثانية :والتي تمثلت بالفترة التي لحقت الحرب الباردة ما بين الإتحاد السوفياتي والولايات المتحدة -

الأميركية، وتطور الكومبي وتر، والأقمار الإصطناعية .حيث وضعت معظم التكنولوجيات آنذاك لخدمة الأغ ا رض العسكرية، ورصدت لها الأموال الطائلة لهذه الغاية .لكنها ما لبثت أن تحولت لتصبح **مدنية،**

وحاجة ضرورية في المجتمع .وخاصة في مجال الإتصال والإتصالات، كما سيتبين مع الإنترنت.

فقد ميز النصف الأول من القرن، ما يعرف بثورة" **تكنولوجيا الحروب والإتصال** ."حيث لعبت الحرب

العالمية

الأولى دو ا رً مهماً في تطوير التكنولوجيات المتعلقة بالمحركات ذات الإحت ا رق الداخلي كمحركات

الطائ ا رت

والسيا ا رت، التي ا زدت صناعاتها واستخداماتها المدنية والحربية، وتكنولوجيات الم ا رقبة والسير

باتجاه ألية

إنتاج اوتوماتيكي ذاتي الم ا رقبة .ومن ثم، تناسلت التكنولوجيات ذات الأهداف العسكرية، خاصة مع قيام

الحرب العالمية الثانية والفترة التي تلتها، حيث تنافست الدول في صناعة أسلحة نوعية واست ا رتيجية،

كالقنبلة

الهيدروجينية، والقنبلة الذرية، والطاقة النووية والقنبلة الناتجة عنها، عدا عن أسلحة أخرى كالصواريخ

العابرة

للقا ا رت وتلك القصيرة المدى، والطائ ا رت الحربية.

ومن النتائج الظاهرة للتطور التكنولوجي والتقني آنذاك، حركة الحداثة المهمة في العم ا رن والهندسة

المعمارية،

وابتكار مبانٍ تخدم حاجات غير مسبوقة، كخ ا زنات الغاز وتكرير البترول، وهانغا ا رت الطائ ا رت،

والمطا ا رت،

وناطحات السحاب .وازدهار الآلات الصناعية الكبيرة، والألات الكهربائية والالكترونية المبتكرة للإستخدام

المنزلي(Grant McCracken, 2005).

مرّ الإتصال ووسائله بمرحلتين مشابهتين، إذ ان التقنيات الجديدة التي أدخلت عليها جعلت النصف

الثاني

من القرن يشهد ما سمي" **بثورة الإتصال** "التي تمت التهيئة لها في النصف الأول.

فالمرحلة الأولى تمثلت، بإخت ا رع المذياع **او المايكروفون** الكربوني 17 الذي إستخدم سلكياً بالإشت ا

رك مع

التلغ ا رف الصوتي، في إخت ا رع **الهاتف او التلفون** –Heinz Gartmann, 1960, p154 **(18**

) 173من

ثم، ومن خلال تطبيق نظرية" ألأثير "ونظ رية" الحقل الكهرومغناطيسي"، تم توليد موجات

كهرومغناطيسية

عبر الأثير، بالإعتماد على دفع تك ا رر تأرجح التيار الكهربائي، وامكن رؤية الموجة المتولدة بشكل

ضوء، ما

سمح بتطوير **التلغ ا رف اللاسلكي . 19** استخدم بداية هذا التلغ ا رف، بهدف إلإتصال ما بين السفن

واليابسة.

أودى لاحقاً الى سلسلة من الإبتكا ا رت الإتصالية .إذ تم تطوير اجهزة الإرسال والإستقبال التي تعتمد

على

انابيب مسحوب منها الهواء، ما سمح بالتالي بإرسال وتلقي خطب مسموعة لاسلكياً عبر الأثير مع

الإذاعة

المسموعة لمخاطبة جمه ور عريض .ما سمح بتطوير الإرسال عبر **ال ا رديو 20 او الإذاعة،**

بالإستعانة

بالمايكروفون(د .محمد علي القوزي) 2007 .الذي استخدم ايضاً في تسجيل الصوت وطبع

الأسطوانات

وفي تسجيلات الكاسيت لاحق اً . David Crowely, Paul Heyer, 2007, p143) (.وأصبحت

الإذاعة

وسيلة أساسية لنشر الأفكار السياسية والعقائدية ومحف ا زً أساسياً في الحروب.

17يعتبر الكربون عنصر وسيط، يعمل على تحويل الإهت ا ز ا زت الميكانيكية إلى إشارة كهربائية،

ويتألف من وعاء مصنوع من

مادة عازلة مملوءة بحبيبات الكربون ومغطاة بحاجز قابل للحركة يتصل بصفيحة مرنة ويعمل وفق مقدار

الضغط الصوتي.

فعندما تحدث صوتاً امام المايكروفون تهتز الصفيحة المرنة محركة الحاجز المتحرك .يقتصر إستخدامه

على الهاتف نظ ا رً

لإنخفاض مجاله الترددي.

18إخترعه الكسندر غ ا رهام ، بمشاركة توماس واطسون، حيث عمد بداية الى مزج إشا ا رت التلغ ا

رف الصوتي والمايكروفون

بالكهرباء.

19استطاع غوليلمو ماركوني، من خلال الموجات الكهرومغناطيسية، من إرسال وتلقي إشا ا رت لا

سلكية تصل لمسافة ميل،

فكان ان إخترع **التلغ ا رف اللاسلكي**، ساعده في تطوير آلته ليصبح إستخدامها ممكناً عبر المسافات،

ج.ا .فليمينغ.

20ظهرت الإذاعة بداية في أميركا ، مستخدمة الموجات اللاسلكية، حيث قام **الدكتور ف ا رنك كون ا**

رد، المهندس في شركة

وستنجهاوس بتشغيل محطة ا رديو للهواة، مرتبطة بالأشغال التي كان يجريها مصنع تلك الشركة، وكانت

تبث الموسيقى

المسجلة ونتائج المباريات، وظهرت الإعلانات فيها عام 1922 ، من بعدها إنتقلت الى بريطانيا وتباعاً

الى كل دول العالم.

الإ ان هذه الفترة عرفت أيضاً ركوداً إقتصاديا عالميا، إنعكس على السوق و اقتصاده ولوح بأزمة بطالة

عالمية .ساهم الإتصال في حلها مع الوقت، من خلال المفاوضات والبيانات الصحفية ووساطات بين

العمال والمستخدمين .فبرز ا ول **تطبيق للعلاقات العامة** مع الصحافي" أيفي لي ."سمح بتقريب وجهات

النظر، وتحسين ظروف عمل العمال وصورة المؤسسة معا) Keith Butterick, 2011, p7-1 (.

تجدر

الإشارة ان العلاقات العامة هي أحد أشكال الإتصال الذي يستخدم الإتصال والوجاهي والجماهيري،

بهدف

الإتصال المؤسساتي، من خلال وسائل الإتصال التقليدية والحديثة، لذا فهي تتطور معها.

كما بدأت **الإذاعة التلفزيونية 21** تجاربها، وكانت سلكية بداية، من ثم تم البث **التلفزيوني** لاسلكياً

باستخدام

الموجات الكهرومغناطيسية مستفيدة من التقدم العلمي في ميادين الكهرباء والتصوير الضوئي

والمواصلات

السلكية واللاسلكية .اوصبح جهاز التلفاز اقدر وسيلة إعلامية انذاك والى حينه، تجمع الصوت والصورة

فتسيطر على حاستي البصر والسمع، وتسمح بنقل ال م شاهد الى العالم، مطلق اً الإعلام الجماهيري

(د .محمد

علي القوزي،(2007

أطلقت المرحلة الثانية " **تكنولوجية المعلومات** "مع ظهور اول **جهاز كومبيوتر** 22 قابل للبرمجة و قادر

على

القيام بالعمليات الحسابية اوتوماتيكياً، باستخدام اللغة الرقمية 0 و 1 اولتي تشبه لغة التلغ ا رف الأولى

اي نقاط

واشرطة .وما لبث ان تطور هذا الجهاز الذي وضع بداية لإغ ا رض عسكرية، ليصبح لاحقاً مدني اً

يستخدم

لحفظ المعلومات، ونشرها وتبادلها-Jeron Van Den Hoven, John Weckert,2008, p9) (.

10لحق إخت ا رع الكومبيوتر بحوالي 20 سنة إخت ا رع" **الإنترنت** 23 ، ت ا زمناً مع وضع اول

قمر صناعي 24 في فلك

21جاء الإخت ا رق في مجال التلفزيون مع **فلاديمير زوريكين** الذي كان يعمل في شركة وستنغهاوس،

عام 1923 واخت ا رعه

الإيكونوسكوب اي الصمام التلفزيوني الكهربائي .تم بداية نقل الصورة عبر الأسلاك عام 1920 في

الولايات المتحدة .ومن

ثم لاسلكياً عام 1936 في بريطانيا ومن ثم في اميركا عام 1939 ، ومن بعدها إنتقل الى العالم أجمع.

22عام 1941 وضع العالم الإلماني كون ا رد سوزه اول كومبيوتر، وفي عام 1944 إخترع عالم

الرياضيات الأميركي" هوارد

إيكن "كومبيوتر أطلق عليه " هارفرد مارك " 1 الذي بلغ وزنه ما يقارب 35 طن وفيه 800 خيط

لاسلكي .يعمل الكومبيوتر

ويقوم على معالجة البيانات التي تسمى المدخلات ومن ثم إخ ا رجها بشكل معلومات يخزنها في وسائط

تخزين مختلفة، ويكون

قاد ا رً على تبادل هذه النتائج والمعلومات مع أجهزة أخرى متوافقة كالطابعات، والفاكس، والبروجكتور...

23تعود فكرة إنشاء الإنترنت الى عام 1960 عندما وضع بول با ا رن مفهوم تحويل حزم البيانات

وبناء شبكة معلومات موزعة

على 15 كومبيوتر في الولايات المتحدة، أطلق على هذه الشبكة اسم اربانت ARPANET و وضعت

شبكات أخرى وربطت

إحداها بالأقمار الإصطناعية تحت إسم سات نت SATNET وأخرى تستخدم أحزمة ال ا رديو سميت

PRENETللربط بين7

كومبيوتر .من ثم تم وضع بروتوكول شبكة الأحزمة المعلوماتية للربط بين الشبكتين والعمل البيني

INTERWORKING

بينها .توسعت الشبكة وانتقلت الى أغ ا رض مدنية . وفي عام 1982 تألفت من 18 مضيف و 128

مضيف عبر شبكة الهاتف

الكرة الأرضية، وذلك بهدف تحويل حزم البيانات وبناء شبكة معلومات موزعة على 15 كومبيوتر في

الولايات المتحدة، والتي كانت بداية لأغ ا رض عسكرية ايضاً في خضم الحرب الباردة بين الولايات

المتحدة

والإتحاد السوفياتي، والهدف منها جعل إمكانية قطع الإتصال صعباً لا بل مستحيلاً من أي نقطة كانت

نظ ا رً الى لامركزية المصدر .وما لبثت ان تعددت الشبكات وربطت ببعضها البعض وبالأقمار الصناعية،

وبشبكات الهاتف .فأصبحت عالمية في نهاية القرن العشرين تربط الكرة الأرضية ببعضها مكونة قرية عالمية (Bernadette H. Schell, 2007, p.1-14) .إلا ان طابع الإنترنت العالمي ترجم فعليا من خلال ال word wide web www 25 وهو طريقة متطورة لإستقبال وارسال ملفات المعلومات الرقمية، تسمح

للمبحر في الوصول الى كل انواع المعلومات(صور، مقالات، فيديو، أصوات ,Tina Cross (.)... Colette Jones, 1997, p. 3-26) (. Alan Gilchrist & Barry Mahon, 2004, p.7-12)

ومنذ سنة 2001 تكاثرت الألعاب التي تمارس على الإنترنت، أوصبحت في السنة التالية، صناعة مهمة ومنتشرة على أوسع نطاق بين المستخدمين) (Bernadette H. Schell, 2007, p. 20

وفي وقت موازٍ، شهد نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، تحول أجهزة التلفزيون والإذاعة والهاتف الى لغة الكومبيوتر الرقمية التي أحرزت قفزة نوعية .وواكب ذلك تطور أجهزة **الهاتف الخليوي** 26

التي أصبحت لاحقاً متعددة الوسائط تستخدم لغة الكومبيوتر، وربطت بالإنترنت .كما أمكن تصفح مواقع الأخبا رمن خلالها والدخول الى مواقع التواصل الإجتماعي .وتضمنت كامي ا رت تسمح بمشاركة الصور

والفيديوهات مباشرة، مشكلة " قمة " تكنولوجيا الإتصالات ."ما جعل من البديهي تسمية هذه الفترة المفصلية

من الزمن " **بثورة الإتصال والمعلوماتية**."

لإج ا رءِ الوصل Connection وتم بناء م ا ركز محلية شكلت العامود الفقري للشبكات ووصلت بداية

بالجامعات .ومنذ1995

انتقلت الى النظام الربحي عبر مقدمي الخدمات الإنترنت من خلال شركات الإتصالات ك ات اند ت ،

وسبرنت، وانتقلت الى

العالمية.

24اول قمر صناعي سبوتنك 1 –ارسله الإتحاد السوفياتي عام1957

25تيم برنرز لي، فيزيائي بريطاني، ولد عام 1955 ، مخترع ال www ، بنى كومبيوتره الخاص عام

1976، وعندما عمل

لاحقاً في المختبر الأوروبي العالي الطاقة LERN حيث وضع برنامجه الخاص تحت إسم Enquire

بهدف تخزين

المعلومات ووضع وصلات لنقلها بين كومبيوتر وآخر، ومن ثم بدأ الربط مع كومبيوت ا رت أخرى

وهكذا دواليك .هذا البرنامج كان

الفكرة الأساس في إخت ا رع ال world wide web www ،

26عام 1973 صنع المهندس الأميركي مارتن كوبر الهاتف الخليوي الذي يعمل عن بعد من دون

الحاجة الى أسلاك، حيث

يتم إرسال الموجات الكهربائية عبر الهواء عن طريق أجهزة المايكروويف المثبتة بشكل خلية من ثمانية

أضلع .وقد كان كوبر

يعمل في شركة" موتورولا "لذا أطلق على هذا الجهاز أسم " موتورولا دينا تاك."

أ تكنولوجيا المعلومات والإتصالات–

1–تكنولوجيا المعلوماتIT Information Technology

تشير تكنولوجيا المعلومات" الى كل ما من شأنه ان يتعلق بتكنولوجية الحوسبة(27 الكومبيوتر)بما في ذلك

شبكات الربط وبرمجيات واجهزة ثابتة وملحقة بها كالفاكس والطابعة والهاتف، ووسائل الأتصال، والإنترنت

وغيرها من المعدات التي تستخدم في الإتصالات، وهي تشمل أيضاً الأشخاص الذين يعملون على هذه التكنولوجيات "فهو مصطلح يشمل كل اشكال التكنولوجية المستخدمة لإنتاج وتبادل وتخزين واستخدام المعلومات في شكل الكتروني، بمختلف أشكالها بما في ذلك بيانات الأعمال والمحادثات، والصور الثابتة والمتحركة، والأصوات والموسيقى، وعروض الوسائط المتعددة ... " (Tina Cross, Colette Jones, 1997, p. 3-26) (. Alan Gilchrist & Barry Mahon, 2004, p.7)

وتعتبر تقنية المعلومات إختصاص واسع يهتم بالتقنية ونواحيها المتعلقة بمعالجة وادارة المعلومات عبر د ا رسة تصميم وتطوير وتفعيل ودعم او تسيير أنظمة المعلومات التي تعتمد على الحواسيب وبشكل خاص

تطبيقات وعتاد الحاسوب ."ويسمى العاملون ضمن هذا الإختصاص إخصائيي تقنية المعلومات Colin . Chapmann, et al 1993 p.1-3)

2-تكنولوجيا الإتصالات ICT Information and Communication Technology

تعرف تكنولوجيا المعلومات والإتصالات " بأنها مجموع التقنيات او الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون او المحتوى الذي ي ا رد توصيله من خلال عملية الإتصال الجماهيري

27يشكل الكومبي وتر وسيلة ضمن المنظومة، ويعالج المعطيات التي يطلق عليها داتا وفق طريقة : مدخلات_ معالجة

_مخرجات .وهو جهاز او مجموعة أجهزة تتألف من الأج ا زء الصلبة hardware التي يمكن لمسها

ومشاهدتها، ومن

البرمجيات software اي مجموعة التعليمات التي تمكن النظام من معالجة المعلومات .أما الداتا فهي

المعلومات في شكل

يسمح بإدخالها للمعالجة والحفظ في الكومبيوتر، ويمكن إعتبارها مجموعة حقائق يمكن إدخالها من خلال

الطباعة على مفاتيح

اللوح ، والعمل على معالجتها من خلال البرمجيات ومن ثم إخ ا رج النتائج بطريقة مفيدة ، حيث يمكنه

حفظ هذه المخرجات

سواء على الذاكرة الإصطناعية الخارجية في ملفات او على الأسطوانة الخاصة به لإستخدامها في وقت

لاحق .كما يمكن

طباعتها على الورق بشكل نسخة صلبة.

telecommunicationاو الشخصي او التنظيمي والتي يتم خلالها جمع المعلومات والبيانات

المسموعة أو

المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحسابات

الإلكترونية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم إسترجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه

المواد

الإتصالية او الرسائل او المضامين مسموعة او مسموعة مرئية او مطبوعة او رقمية ، ونقلها من مكان

الى

آخر ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية او آلية او الكترونية او كهربائية حسب مرحلة التطور

التاريخي

لوسائل الإتصال او المجالات التي يشملها هذا التطور .وهي تشبه الى حد بعيد تكنولوجيا المعلومات إلا انها

تركز وبشكل أساسي على تكنولوجيات الإتصالات والتي تشمل الإنترنت، شبكات الربط اللاسلكية، الهواتف

بكل أشكالها، ووسائط الإتصال الأخرى، ما يسمح لها بتأمين محادثات فورية بين الأف ا رد والبلدان، الرسائل

النصية الفورية، محادثات عبر برتوكول الإنترنت، عقد إجتماعات عبر الفيديو، إستخدام وسائل التواصل الإجتماعي، إستخدام المواقع الإلكترونية .وبالتالي، تسمح هذه التكنولوجيات بخلق قرية عالمية كونها تسمح

بتصغير المسافات والوقت(.تكنولوجيا الإتصال اولمعلومات، تاريخ(2016 - 3 - 5

ويتم إستخدام هذا المصطلح للإشارة الى التقارب بين الشبكات السمعية والبصرية والهاتف مع شبكات الكومبيوتر من خلال كابل واحد او نظام ربط واحد.

IIV-إستنتاجات وملاحظات ختامية

يسمح ملاحظة تاريخ نشوء وتطور التكنولوجيا في تبيان مي ا زتها، وفرد مجموعة استنتاجات تسمح بالإجابة

النوعية حول الإشكاليات التي تم طرحها، اولتي تتناول نوع العلاقة التي تربط بين التكنولوجيات بعضها ببعض وبينها وبين العلوم من جهة، وبين الإتصال ووسائله من جهة أخرى.

يتبين من العرض التاريخي ان:

-التكنولوجيات **ت ا ركمية**، تتولد من ت ا ركم الخب ا رت والمعارف .كما هو حال **العلوم** التي تبني على ما

سبقها، وكحال **الإعلام ووسائله** .ويظهر ذلك من خلال تدرج التكنولوجيات عبر الزمن وصولا الى العالم الحديث .حيث تطلب تحقيق كل أداة تستخدم في الحياة اليومية، سلسلة متتالية من الإخت ا رعات والعلوم .واهم مثال على ذلك جهاز التلفزيون الحالي الذي تطور بداية من خلال تقنية التلغ ا رف السلكي ومن ثم اللاسلكي، واستخدم تقنية المكروفون، والذي ما لبث ان إستخدم لغة الكومبيوتر الرقمية، كما و ر ب ط بالأقمار الصناعية .فيكون بذلك جهاز تقاطعت وت ا ركمت خلاله **علوم**

وتقنيات **وتكنولوجيات إتصالية عديدة** .كما ويمكن الإستدلال الى ذلك من خلال ملاحظة تسارع وتيرة الإبتكا ا رت والإخت ا رعات التكنولوجية بشكل غير مسبوق خلال مئة عام، حيث إختصرت المباديء العلمية والإبتكا ا رت السابقة التي تطلبت مئات السنين، في التكنولوجيات المعاصرة.

-ترتبط العلوم والتكنولوجيا بعلاقة **تبادلية،** فهي نتاج لعبة متواترة أث رت في الإتجاهين وأثرتهما مع اً. فعلى سبيل المثال ان نشوء نظرية الحقل "والنظرية الكهرومغناطيسية أدت الى نشوء تكنولوجيات كهربائية متعددة، كان أهمها التلغ ا رف السلكي عبر الكابل، ووضع موجات ال ا رديو واستخدامها في الإتصالات اللاسلكية .بالمقابل أثر التلغ ا رف في تطوير علم الكهرباء ودفعه قدم اً نظ ا رً للحاجات التي

أوجدها، كضرو ا رت التوسع اولإستخدام عبر القا ا رت .كذلك الأمر بالنسبة" للمحرك البخاري "والذي وضع نتيجة تطور علوم" الديناميكية الح ا ررية("الترموديناميكس)حيث تقاطعت عل وم الفيزياء والد ا رسات المتعلقة بالح ا ررة والطاقة ومبادئها في وضع هذا المحرك، اولذي إفتتح بدوره الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر.

-إن العلاقة ما بين وسائل الإتصال والتكنولوجيا هي الأخرى **تبادلية،** حيث أدى الإتصال الى تطوير التكنولوجيات من خلال نقل وايصال وتوثيق الإبتكا ا رت ونشرها .بالمقابل ساهمت التكنولوجيا في

تطوير وسائل الإتصال ودفعها قدم اً ما إنعكس على المحتوى والشكل الإعلامي .ويظهر ذلك

بوضوح في بدايات التقنيات التي كانت منفصلة عن بعضها البعض، تنبع من الحاجات المحلية

للأف ا رد والمجتمعات، إلا ان مساهمة وسائل ووسائط الإتصال والنقل جعلتها لاحقاً ذات صلة، تبني

الواحدة على ما سبقها، وسمحت بحفظها، ونقلها ونشرها ليتم البناء عليها .كما ان كثي ا ر من

الإخت ا رعات قد دثرت نظ ا رً لغياب التدوين والتوثيق، او بفعل إتلاف الوثائق المتعلقة بها .وحالياً

يشكل غياب الإهتمام الإعلامي الإعلاني المطلوب أحد العوامل التي تحول دون إب ا رز الإبتكا ا رت

وتطويرها.

–أهمية **التوثيق والنقل ا ولإتصال** ما بين الحضا ا رت، ومختلف وسائله الذي ساهم في تقدم الحضا ا

رت

السابقة كما في تطوير التكنولوجيات الحالية .فالأوروبيون خلال عصر النهضة نقلوا علوم العرب

وتقنياتهم، اللذين نقلوا بدورهم علومهم عن اليونان وطوروها، كما نقلوا بعض التقنيات عن الصينيين.

وفي بداية القرن الحالي كثرت ب ا رءات الإخت ا رعات لحفظ حقوق المخترعين والمبتكرين إلا ان ذلك

لم

يحل دون جعل هذه المبتك ا رت والأفكار ملكاً للبشرية جمعاء واستخدامها في بناء تكن ولوجيات أخرى.

وحالياً المبارزة جد محمومة في **نقل** واستنساخ التكنولوجيات والإبتكا ا رت ما بين الشعوب ومن ثم

العمل على تطويرها .لا ينفي ذلك الإبداع والقد ا رت الفكرية للشعوب التي تعمد الى النقل عن غيرها،

لأن ذلك يشكل عملية تعلم بحد ذاتها.

–**تتكامل وسائل الإعلام والإ تصال** مع وسائل **النقل والمواصلات** والطرق، التي شكلت شبكات تربط

المناطق وتسهّل عملية التبادل الحسي .بالمقابل تشكل تقنيات الإتصال والإعلام والتكنولوجيات

المتعلقة بها وسائل تنقل الإفكار والنتاج الفكري وتسمح بتبادلها من خلال شبكات الإنترنت الغير

مرئية .فيسمح هذا التكامل في تطوير المجتمعات والأفكار .والأمثلة على ذلك عديدة، حيث واكب البريد وشق الطرقات، الصحيفة، وسهل إنتشارها .وساهمت في هذه العملية لاحقاً السيا ا رت والقطا ا رت التي قلصت المسافات فسهلت الإتصال، وهو ما حصل مع الطائ ا رت إنما على نطاق عالمي.

-طغيان المي ا زت الثقافية للعلوم الحديثة على مي ا زت التكنولوجية التقليدية اليدوية، ما يجعل الإرتباط

وثيقاً ما بين العلوم والتكنولوجيا، حتى أصبح من الممكن إعتبارهما وجهاً واحداً، إلا ان الإختلاف يكمن في أهداف كل منهما إذ ان أهداف العلوم هي الوصول الى المعرفة الموضوعية في حين إن اهداف التكنولوجيا هي الحصول على نتائج ملموسة بشكل أدوات ومستلزمات وآليات عملانية.

-شكلت " العولمة "مظه ا رً أساسيا من مظاهر التكنولوجيا الحديثة، والتي كان لوسائل الإعلام اليد الطولى في حصولها وخاصة" العولمة الثقافية "التي تعمل على توحيد ط ا رئق التفكير والقيم والمباديء، والهوية .وهو مبحث مهم تناولته د ا رسات عديدة، ويفترض التوسع به أكثر في د ا رسات مستقلة.

. Vحسنات ومساويء التكنولوجيا

-حسنات التكنولوجيا

للتكنولوجيا فوائد كثيرة يصعب إنكارها منها:

1-ساهمت التكنولوجيا عبر العصور بالتخلص من العبودية، إذ إرتبطت التقنيات بالطبقات العاملة بشكل خاص، فسهلت الأعمال وقللت أوقاتها خاصة اعمال البناء والمناجم والأعمال الز ا رعية والصناعية وغيرها من الأعمال اليومية.

2-يساهم التقدم التكنولوجي حالياً في تخفيض نسبة العمالة القسرية في المجتمعات المتقدمة.

خاصة تلك التي وصلت الى مرحلة عالية من السيطرة على المحيط، ولجأت إلى تقسيم فعلي للعمل.

3-تساهم التكنولوجيا بتقليل الحاجة الى يد عاملة، والإتكال على الألة مكان العنصر البشري. رغم إمكانية إد ا رج ذلك ضمن قائمة السلبيات، كونها تؤدي الى البطالة .إلا انها بالمقابل تخلق فرص عمل جديدة من خلال خلق قطاعات جديدة.

4-تحسيين المجتمعات وزيادة الرفاهية، وتوفير أسلوب عيش حديث ومرفه.

5-تحسين البنى التحتية والخدمات المقدمة الى المواطنين، خاصة في المجتمع الغربي والذي وصل الى مرحلة مهمة من التطور التكنولوجي.

6-زيادة إنتاجية السلع وتوفير خدمات أفضل ما ينعكس إيجاباً على الصناعة والتجارة.

7-تقدم الطبابة ومحاربة الأم ا رض والوصول الى إكتشافات علاجية لأم ا رض كانت مستعصية لفترة خلت ما ا زد من نسبة الأعمار، وتحسين ظروف ومعاناة الأم ا رض التي لم يتم إكتشاف علاجات لها.

8-إستفادة الشباب الكبيرة من هذه التكنولوجيات خاصة ما يتعلق بالإتصال والمعلومات وسهولة التعامل معها، ما يؤدي الى تأثير إيجابي على المدى البعيد، يتمثل بتوسيع الثقافة وتخفيض الأمية المعلوماتية، ونشر الوعي لدى الجيل القادم.

9-تسمح وسائل تكنولوجيات الإتصال في التعبير عن الذات، من خلال التفاعل والنقد، والبحث الذي توفره وسائل الإعلام(Rich Ling, Scott W. Campell, 2011).

10-إختصار الوقت والمسافات بين البلدان والأف ا رد سواء عبر وسائل ووسائط الإتصال او من خلال وسائل النقل التي اصبحت عديدة.

-مساويء التكنولوجيا

رغم الأهمية المت ا زيدة للتكنولوجيا إلا انها تنطوي على سلبيات عديدة إن على مستوى المجتمع او على مستوى الأف ا رد:

1-تؤثر التكنولوجيات سلبياً على البيئة وبالتالي تساهم في التغيير المناخي .إذ ان كثرة إنتاج وصناعة أدوات كالكومبيوت ا رت والأدوات الكهربائية ...يجعل من الصعب تصريف النفايات الصلبة الناتجة عنها والى زيادة إنتاج ثاني أوكسيد الكاربون الناتج عن المصانع والسيا ا رت.

2-إستن ا زف المصادر الطبيعية ونقصها، عن طريق إستخدام تقنيات والات ضخمة للوصول الى المصادر الطبيعية واستغلالها بهدف إنتاج السلع.

3-البطالة، إذ ان إستخدام تقنيات والات ذاتية الم ا رقبة والتحكم، قد يقلل من الحاجة الى يد عاملة مشغلة، بالإضافة الى التقليل من المهن اليديوية الحرفية والتي من الممكن ان تقوم بها الآلة.

4-التنافس الشرس بين البلدان على إكتساب تقنيات ثورية وعسكرية، للوصول الى الصدارة العالمية والسيطرة التكنولوجية.

5-طغيان تكنولوجيات الحروب والأسلحة الفتاكة كالقنابل النووية والذرية، والصواريخ العابرة للقا ا رت والأسلحة الكيميائية، التي من الممكن ان تدمر مدناٍ بأكملها، عدا عن ضررها البيئي والنفسي.

6-من ناحية الإتصال أدت بعض التكنولوجيات الى إبتعاد الناس عن بعضهم البعض وخاصة الشباب، وانشغالهم بالوسائل التي يطلق عليها وسائل التواصل الإجتماعي وتطبيقات هاتفية أخرى، بالإضافة الى الألعاب الإلكترونية التي يستخدمها الأطفال والم ا رهقين بكثرة ما يبعدهم عن الواقع(Bernard Carl. Rosen, 1998) .

7-إنتشار الثقافة الغربية والعولمة الثقافية، وضمور الخصوصيات الثقافية للشعوب.

8-زيادة ج ا رئم المعلوماتية (سرقة الهوية، إستغلال الأطفال، إنتشار فيروسات المعلوماتية)...، واستباحة حياة الأف ا رد الشخصية (التاريخ الطبي، التحويلات المصرفية، التصويت)...، من قبل

ق ا رصنة المعلوماتية، او من ج ا رء إستخدام تطبيقات الإنترنت Bernadette H. Schell,).

2007, preface) (. Rich Ling, Scott W. Campell, 2011)

9-الهوة التكنولوجيا بين بلدان العالم المتقدم وبلدان العالم الثالث، وتركيز الثروات في البلدان التي تتمتع بتقنيات متقدمة.

قائمة الم ا رجع:

الم ا رجع الإنكليزية:

1- Alan Gilchrist, Barry Mahon,(2004) Information architecture, designing information environments for purposes, Neal-Schuman publishers, inc, UK.

2- Armand Mattelart, (1996), translated by Susan Emanuel, The invention of communication, University of Minnesota Press, Minneapolis, London.

3- Bernadette H. Schell, (2007), The internet and society, a reference handbook, ABCO CLIO, Santa Barbra, Clifornia, Denver, Colorado, Oxford, England.

4- Bernard Carl Rosen,(1998) Winners and losers of the information revolution, psychological change and its discontents, Prabger, Westport, Connecticut, London.

5- Bruce. J. Hunt, (2010), Pursuing power and light, Technology and physics from James Watt to Albert Einstein, John Hopkins introductory studies in the history of science, The John Hopkins University Press, Baltimore.

6- C. H. Sandage, (1945), Advertising theory and practice, revised edition, Richard D. Irwin, Chicago. USA.

7- Charles Singer, E.J. Holomyard and A.R. Hall, assisted by E. Jaffe, R.H.G. Thomson and J.M. Donaldson,(1996), A history of technology, from early times to fall of ancient empires, Volume 1, Oxford at Clarendon University Press, Ely House, London W.I.

8- Colin Chapman, Val Charles, Mike Finey, Michael Horsley, Heather Jeffrey, Malcom Moyes,(1995) What's IT all about? Information technology, Collins Educational, London.

9- David Crowely, Paul Heyer, (2007), Communication in history, technology, culture, society, fifth edition, Pearson International Edition, USA.

10- D.S.L. Cardwell, (1972), Thechnology, Science and history, a short study of the major developments in the history of western mechanical technology and their relationships with science and other forms of knowledge, Heinemann educational books ltd, London

11- Economic and social commission for western Asia, (1997), Science and technology indicators, basic concepts, definitions and prospects for development, United nations, New York.

12- Gerard O'Regan, (2008) A brief history of computing, Springer, London

13- Heinz Gartmann, (1960), Science as history, the story of man's technological progress from steam engine to satellite,(translated from the german by Alan G. Readett), Hodder & Stoughton, London.

14- Jeron Van Den Hoven, John Wckert,(2008), Information technology and moral philosophy, Cambridge university press, USA.

15- Manuel Castells,(2004) The Network Society, a cross- cultural perspective Edward Elgar, Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA.

16- Rich Ling, Scott W. Campbell,(2011) Mobile communication, bringing us together and tearing us apart, Transaction publishers, New Brunswick USA, and London UK

17- Stephan Coleman, Jay G. Blumler,(2009), The internet and democratic citizenship, Theory, Practice and policy, Cambridge University Press, USA

18- Thomas. J. Misa, (2004), Leonardo to the internet, technology& culture, from the renaissance to the present, The Johns Hopkins University Press, Baltimore& London.

19- Tina Cross, Collette Jones,(1997) Information Technology, intermermediate GNVQ, Longman, Hong Kong.

20- Yaacov J. Katz, Daniel Millin and Baruch Offir,(1996) The impact of information technology, from practice to curriculum, Chapman& Hall, London, New Yok, Tokyo, Melbourne, Madras

الم ا رجع الفرنسية:

21- Bill Chiaravalle, Barbara Findlay, Benoit Heilbrunn,(2007), traduction par Nathalie Garsuault, (2011), Les marques, First edition, Paris, France.

22- Frederic Fouletier, Alexandre Ploye, Joelle Salazar, Helene Lampin, Histoire geographie, education civique, 6eme, Magnard.

23- Olivier Aiim & Stephanie Billet,(2015), Communication, Dunod, Paris.

الم ا رجع العربية:

24-د .محمد علي القوزي،) 2007 (، نشأة وسائل الإتصال وتطورها، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.

25-أ.د مي العبدالله،) 2010 (، نظريات الإتصال، ط 2 ، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.

26-د .نسيم الخوري،) 2005 (، الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مركز د ا رسات الوحدة العربية،

بيروت لبنان.

الم ا رجع الإلكترونية

27- Philosophy of technology, Stanford Encyclopedia of Philosophy, date: 24-11-2015

Website: www.plato.stanford.edu

28- Ken Ramshøj Christensen, (2001) The Co-evolution of Language and the Brain: A Review of two contrastive views (Pinker & Deacon), (Printed in Grazer

Linguistische Studien GLS 55, 1-20), Department of English, University of Aarhus, date 20-11-2013.

Website : www. engkrc@hum.au.dk

29- Evandro Agazzi, From technique to technology: The role of modern science, University of Fribourg (Switzerland) date:24-11-2015

Website: www.scholar.lib.vt.edu.

30-محمد محمود مكاوي، البيئة الرقمية بين سلبيات الواقع وآمال المستقبل تاريخ2015 - 11 - 25

Website: www.journal.cybrarians.org

31-أ.د نور الدين زمام، أ .صباح سليماني، تطور مفهوم التكنولوجيا واستخداماته في العملية التعليمية تاريخ2016 - 2 - 25

Website: www.dspace.univ-ouargla.dz

32-د .نورة قنيفة، أ .أسماء قرشوش، تكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة بين المعطى الواقعي والمنتظر علمياً، تاريخ2015 - 11 - 24 :

Website: www.manifest.univ-ouragla.dz.

33-نظرية إنتشار المبتك ا رت، تاريخ2016 - 2 - 25

Website: www.elearn.univ-ouargla.dz

34-تاريخ العلوم العربية، دار الوحدة العربية، تاريخ2016 - 3 - 3

Website: www.alkutubecafe.net

35-نشأة السينما وتطورها، تاريخ2016 - 3 - 3

Website: www.yabeyouth.com

36-بحث عن تكنولوجيا اﻻتصال والمعلومات :Website 2016 - 3 - 5

www.vb.elmstba.com__

الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية

دراسة نظرية في الخصائص والتأثيرات

د. مي عبد الغني

كلية الإعلام – جامعة بنغازي

مقدمة :

يكتسب حضور الصورة في وسائل الاتصال أهمية متزايدة وذلك لما تتمتع به من قدرة فائقة على إحداث الإقناع ومن ثم التأثير في الرأي العام وإحداث التغير المجتمعي.

وقد أسهم التطور التقني الذي نتج عن اندماج تكنولوجيا المعلوماتية والاتصال بتطوير البنية التقنية لوسائل الاتصال بظهور وسائل الإعلام الجديد والتي أحدثت انقلابا في العملية الاتصالية بسبب الخصائص التي تتميز بها من جهة وسرعة انتشارها الغير مسبوق بين مختلف الشرائح المكونة في المجتمعات الإنسانية عامة والعربية خاصة من جهة أخرى ، و تعد وسائل الإعلام الاجتماعي أكثر وسائل الإعلام تمثيلا لوسائل الإعلام الجديد لكونها نموذجا لإعلام جديد بتكنولوجيا جديدة وهو ما انعكس تلقائيا على البناء المجتمعي محدثا تغيرات جذرية فيه.

وقد انعكس تعاظم انتشار وسائل الإعلام الاجتماعي على الصورة إذ تزايد حضورها كمّاً ونوعا محدثة بذلك تأثيرات بالغة الأهمية في كافة مجالات الحياة في المجتمعات العربية .

وقد أثار ذلك تساؤلات لدى الباحثة حول سمات حضور الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي ، وطبيعة التأثيرات التي أحدثها توظيف الصورة في تلك الوسائل ، وأنواعها .

وقد مثلت هذه التساؤلات إشكالية كبيرة وموقفا يحيط به الغموض في ظل قلة الدراسات التي تناولت سمات وتأثيرات توظيف الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية.

مشكلة الدراسة :

تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على سمات حضور الصورة الإعلامية و التأثيرات التي أحدثها توظيف الصورة في تلك الوسائل في المنطقة العربية .

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي طبيعة دور الصورة الإعلامية في البيئة الاتصالية وتأثيراته ؟.
2. ماهي سـمات حضور الصورة الإعلامية في وسائل الإعـلام الاجتماعي في المنطقة العربية ؟.
3. ماهي أنواع التأثيرات التي أحدثها توظيف الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية ؟.
4. ماهي مستويات التأثيرات التي أحدثها توظيف الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية ؟.

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية الدراسة من حداثة الموضوع الذي تتناوله وذلك في ضوء الانتشار المتسارع لوسائل الإعلام المجتمعي في المنطقة العربية وتعاظم التأثيرات التي تحدثها تلك الوسائل في المجتمعات العربية .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى رصد واقع توظيف الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية وذلك من خلال :-

1. وصف مكانة الصورة الإعلامية في المشهد الإعلامي (الاتصالي) العربي .
2. الكشف عن طبيعة حضور الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية.
3. التعرف على أنواع التأثيرات التي أحدثها توظيف الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي في المنطقة العربية.

منهج الدراسة :

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي في رصد الظاهرة من خلال ما توفر لها من متابعة لمصادر المعلومات والمتوفرة في التقارير و الدراسات العلمية التي تناولت الظاهرة موضوع الدراسة ، وذلك بغية تحليلها وتقديم الحلول المناسبة لها .

حدود الدراسة:

تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في اقتصارها على المنطقة العربية فقط .

وتتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة بأنها تمتد من عام 1991م وهو العام الذي شهد البدايات الأولى لتصاعد دور الصورة في البيئة الاتصالية وذلك تزامنا مع تغطية وسائل الاتصال لحرب الخليج الأولي وحتى منتصف مارس 2015م وهي الفترة الأقرب لإنجاز البحث وتقديمه للمؤتمر .

أدوات الدراسة :

جمع البيانات والمعلومات التي توفرت للباحثة من البحث : الدراسات العلمية ، والأبحاث ، والتقارير التي تناولت الظاهرة .

تعريفات إجرائية

تعريف المصطلحات :

تنقسم هذه التعريفات إلى نوعين :-

1. تعريفات تتفق معها الباحثة

2. تعريفات إجرائية

اولا – تعريفات تتفق معها الباحثة :-

التوظيف

هو العمل الذي يقوم به الشيء أو الفرد أو في مجموعة مترابطة الأجزاء ومتضامنة وتطلق في علم النفس على جملة من الأسباب والعمليات الموجهة إلى هدف واحد [59]

صورة السيلفي

"هي عبارة عن صورة شخصية يقوم صاحبها بالتقاطها لنفسه باستخدام آلة تصوير أو باستخدام هاتف ذكي مُجهزة بكاميرا رقمية، ومن ثم يقوم بنشرها على الشبكات الاجتماعية (فيس بوك، تويتر، إنستاجرام وغيرها)، وذلك لاعتمادها كصورة رئيسية في ملفه الشخصي أو لتسجيل حضوره في مكان مُعين أو إلى جانب أشخاص مُعينين، أو حتى للتعبير عن حالة نفسية مُعينة."[60]

صورة الكوميسكي

---

[59] جميل صليبيا في نبيل فؤاد – لينا فتحي ، "توظيف الصورة الرقمية في تصاميم الملصق الغذائي " **مجلة الأكاديمي – جامعة بغداد** ، العدد 62،، 2012 ص 141، 142.

[60] بدون اسم ، "سيلفي (الصورة الذاتية)، موقع موسوعة ويكبيديا ، بدون تاريخ ، رابط الموضوع http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D9%84%D9%81%D9%8A_%28%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9%29

عبارة عن فن تصويري غالبا ما يتكون من مجموعة صور تروي أحداثا متتالية مترافقة مع نص حوار للشخصيات المصورة في الرسوم ضمن دوائر [61].

ثانيا –تعريفات إجرائية

وسائل الإعلام الاجتماعي

هي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والتي يتم تصميمها على شبكة الإنترنت و تقوم بفتح نوافذ النقاش وتبادل المعلومات والأخبار...... و تبادل الصور والتواصل مع الآخرين ، كما تؤدى هذه الشبكات نفس الوظائف التي يؤديها الاتصال الجماهيري والمتمثلة في الإعلام والتوجيه و الإعلان والترفيه، أي أن هذه الشبكات الإلكترونية تجمع بين التواصل والاتصال بجميع مستوياته .

البيئة الاتصالية

يقصد بالبيئة الاتصالية بأنه ذلك الفضاء الاتصالي الذي توجد فيه وسائل الاتصال وتعمل من خلاله منتجة الرسائل الاتصالية والتي تقوم ببثها للرأي العام ومدى استقبال الجمهور لتلك الرسائل وتفاعلهم معها، ومدى تأثير ذلك على شكل ومضمون تلك الرسائل.

دور وسائل الإعلام :

هو مجموعة الأفعال الاتصالية التي تصدر عن وسائل الإعلام في قضية ما أو موضوع ما أو مجال ما أو في حيز معين والتي قد يترتب عليها نتائج وتأثيرات مقصودة أو غير مقصودة على الصعيد السياسي أو الاجتماعي أو غيره .

تأثيرات وسائل الإعلام :

هي كل الظواهر والأنماط والتي قد تنتج عن الأفعال الاتصالية التي تصدر عن وسائل الإعلام .

المنطقة العربية

[61] بدون اسم ،" القصص المصورة أو الكومكس "، موقع موسوعة ويكبيديا ، بدون تاريخ ، رابط الموضوع
http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D8%B5%D8%B5_%D9%85%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9

هي الحيز الجغرافي الذي توجد فيه جميع الدول العربية الأعضاء في جامعة الدول العربية .

الصورة الرقمية

هي الصورة التي تخضع لمعالجة برامج وتطبيقات الكمبيوتر ذات العلاقة سواء كان ذلك في الإدخال أو الإخراج أو التخزين أو الالتقاط أو التصميم أو التعديل أو التغيير وغيرها من العمليات المرتبطة بمعالجة الصورة .

المبحث الأول : الإطار المعرفي لدور وتأثيرات الصورة الإعلامية

ينقسم الإطار المعرفي إلى :-

اولا – إطار المرجعي

ثانيا – إطار المفاهيمي

اولا – الإطار المرجعي

يستند الإطار المرجعي لدور وتأثيرات وسائل الاتصال في التغير المجتمعي على تشابك عدة نظريات مع طرح مقاربات لبعض هذه النظريات من قبل الباحثة متوافقة مع طبيعة عمل وسائل الإعلام الجديد وتوظيفها في تحليل الظاهرة موضوع الدراسة

1. نظرية البناء الاجتماعي للواقع :-[62]

[62] Seeligفي فاطمة القليني –محمد شومان ، **الدعاية والإعلان بعد 11 سبتمبر** ،ط1(القاهرة :دار الكتب الجامعية للنشر والتوزيع ،2006) ص108.

"تأتي عملية البناء الاجتماعي للواقع من خلال طبيعة الواقع أولا والمعرفة ثانيا والمعاني الذاتية للأفراد والتي يتشاركون بواسطتها في المواقف الاجتماعية ".

2. نظرية نشر الأفكار المستحدثة :-[63]

تعمل وسائل الاتصال على نشر الأفكار المستحدثة وذلك من خلال قيامها بالوظائف التالية:-

- وظيفة الحث .
- وظيفة التقييم .
- وظيفة الإخبار .
- وظيفة التعزيز .
- الوظيفة المهنية.

وتطرح الباحثة مقاربة جديدة لهذه النظرية في ضوء بروز وسائل الإعلام الجديد تتلخص في أنّ مستخدمي هذه الوسائل هم فاعل أساسي في نشر الأفكار المستحدثة وذلك من خلال أسلوب وأنماط استخدامهم لتلك الوسائل و المضامين التي يشاركون فيها في تلك الوسائل .

3. منظور جوزيف كلايبر klabber لتأثير وسائل الاتصال:-[64]

يرى جوزيف كلايبر klabber أن وسائل الاتصال تعمل مع مؤثرات اجتماعية تسمى عناصر وسيطة لإحداث التغيير ولكن كثيرا من التغيير يأتي من هذه الوسائل ، كما أنّ تأثير وسائل الاتصال لا يخرج عن واحدة من ثلاث:-

I. فهي إما تخلق اتجاهات جديدة .
II. أو تدعم اتجاهات سائدة موجودة .

---

[63].مني الحديدي – شريف درويش اللبان ، **فنون الاتصال والإعلام المتخصص** ، ط1(القاهرة :الدار المصرية اللبنانية) ص33

[64] klabber في كامل مراد، **الاتصال الجماهيري والإعلام** ،ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،2011) ص137.

III. أو تغيير اتجاهات سائدة وموجودة .

4. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام-:[65]

تبين نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنواع التأثيرات التي تحدثها تلك الوسائل وهي :

- التأثيرات المعرفية .
- التأثيرات الوجدانية .
- التأثيرات السلوكية .

وتطرح الباحثة مقاربة جديدة لهذه النظرية تتلخص في إمكانية إضافة نوع رابع من التأثيرات التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام الجديد وهو التأثيرات السلوكية التواصلية وهي تعنى بالأساليب والأنماط التواصلية لمستخدمي الوسائل الإعلامية الجديدة مع هذه الوسائل ، إضافة إلى تأثير هذا السلوك على اعتماد الجمهور على هذه الوسائل .

5. النظرية السايبرية:-[66]

"ترتكز النظرية السايبرية على وجود الفضاء الافتراضي كحقيقة لها أبعادها المختلفة في شبكة الإنترنت ،......... ولهذا الفضاء عدة مواصفات أهمها :-

- فضاء رقمي يعتمد على الأرقام الثنائية (بيتات)، بمواصفاتها الدقيقة في الحجم والسرعة .
- انعدام المكان، الحاوي مختلف الأبعاد، وفي كل الاتجاهات الممكنة.
- انعدام الزمان- سرعة الضوء
- يمتد افتراضاً، بين خطوط شبكات الحواسيب السلكية واللاسلكية .
- يصل بين عقد الحواسيب، والمواقع، والنقاط الشبكية المتنوعة

[65] محمود حسن ،**مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير** ، ط1 (القاهرة :الدار العالمية للنشر والتوزيع ،2003)ص280

[66]علي رحومة ، **علم الاجتماع الآلي**: مقاربة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب ، سلسلة عالم المعرفة- المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (347) ط1(الكويت: 2008) ص129،127

- يصهر في باطنه كميات هائلة جداً من البيانات والمعلومات والمعارف البشرية والآلية المتنوعة
- مسرح للتمظهر والتمثل الإنساني الآلي .
- من خلاله يمكن لمختلف الظواهر المجتمعية البشرية، أن تتمثل وتجد لها شبيهاً رقمياً. مثلاً الظاهرة التجارية .
- يتميز بلغة النص التشعبي، وإتاحة إمكان القراءة والكتابة في كل الاتجاهات، وتتبع المعلومات ومصادرها وفقاً لذلك"

ومن أبرز النماذج النظرية التي يتم الاستناد إليها لتقييم أداء مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:[67]

- نظرية ثراء وسائل الإعلام.
- نظرية الشأن العام.
- نظرية المشاركة الديمقراطية.

الإطار المفاهيمي

عند تعريف الصورة لابد من العودة الى جذور هذا المصطلح الذي يعود إلى اليونانية القديمة icon – ايقون– والتي تعني التشابه والمحاكاة والمماثلة . وهي تقابل في اللغة الإنجليزية image ، أما في اللغة العربية فإن الصورة كما جاء في لسان العرب: تصورت الشيء ، توهمت صورته فتصور لي . وفي معنى آخر : هيئة الفعل أو الأمر وصفته [68]

[67]وائل عبد الباري في السيد بخيت ، نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي: ورقة مقدمة إلى **المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية'** - جامعة الملك سعود، ، 15-16 أبريل 2012م ،الرياض جامعة الملك سعود- الرياض

[68]شاكر عبد الحميد ، **عصر الصورة** ، سلسلة عالم المعرفة - المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (311) ط1(الكويت :2005)، ص 7-8.

أما اصطلاحا فالصورة هي "وسيلة تواصلية فعالة متعددة الوظائف وعنصر من عناصر التمثيل الثقافي وبخاصة ما تقتضيه الثقافة البصرية في زماننا"[69] .

وتقوم الصورة الإعلامية فوتوغرافية كانت أو سينمائية أو تلفزيونية بالتسجيل الحيّ والواقعي والتاريخي للحياة العابرة، وهي تدلل على العديد من الأحداث التي تمر بسرعة البرق[70].

وعليه فإن الباحثة تعرف الصورة الإعلامية كما يلي : " هي الصورة الفنية ، البيضاء والسوداء أو الملونة الثابتة أو المتحركة ذات المضمون الحالي المهم الواضح والجذاب والمعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية في أغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا لمدة تحريرية معينة تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو موقع إنترنت أو توزعها وكالة أنباء أو تبثها محطة تلفزيونية ذات بث أرضي أو فضائي على سبيل التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار وزيادة الاهتمام والقابلية للقراءة والإمتاع والمؤانسة وزيادة التوزيع وكمعلم وركيزة إخراجية، والتي يتم التقاطها بعدسة مصورها بطريقة تعكس حساً فنياً اتصاليا وفهماً لوظيفتها بعد إعداد خاص أو بطريقة يدوية أو مفاجئة أو تحصل عليها بمعرفة المحرر أو الوكالات أو من مصدر محترف أو حر أو من يتصل بموضوعها عن قرب وغالبا ما تكون إخبارية أو تكون تسجيلية أو تفسيرية أو جمالية أو وثائقية وقد تكون قديمة متجددة الأهمية وتقدم بواسطة أحد هذه المصادر نفسها أو بمعرفة مركز المعلومات أو أرشيف الصور الخاص بوسيلة النشر أو دور المحفوظات والوثائق كما قد تكون مرسومة بريشة أو قلم الرسام الخاص أو أي رسام آخر مادامت مناسبة.

دور الصورة الإعلامية في البيئة الاتصالية :

---

[69] إبرير اشـرير ، الصـورة في الخطاب الإعلامي ،بحث مقدم الى **الملتقى الدولي الخامس "السيماء والنص الأدبي "**،15-17 نوفمبر 2008 – كلية الآداب واللغات – قسم الأدب العربي - جامعة محمد خصير – بسكرة –الجزائر

[70] محمود علم الدين في عادل زيدات ، "بلاغة الصورة بين المقاربة الأدبية والإعلامية "، **مجلة الإذاعات العربية** ، العدد2-2003،ص44.

يتحدد طبيعة الدور من خلال الوظائف التي تقوم بها في البيئة الاتصالية ، وتختلف هذه الوظائف باختلاف مجالات هذه البيئة وهي على النحو التالي :-

اولا – وظائف الصورة الإعلامية في مجال الصحافة[71]:-

1. الوظيفة الإخبارية، يمكن إجمال مجالات أهمية الوظيفة الإخبارية فيما يلي[72]:
   - تعزز مصداقية الخبر .
   - البرهان والدليل .
   - تسهل على المتلقي تذكر الأحداث وعدم نسيانها .
   - تصنع الشهرة للأحداث والشخصيات .
   - تحريك الرأي العام .
   - تجسيد تفاصيل الحدث .
   - البعد الإنساني للحدث .
   - تمثل القصة التي يكملها النص .
   - توضح الضخامة والجسامة .
   - توضح بيئة الحدث .
   - تمثل في بعض الأحيان خبرا كاملا .
2. الوظيفة السيكولوجية .
3. عنصر تيوغرافي، فالصورة تشترك مع حروف الصحف والعناوين والفواصل والمسافات البيضاء في بناء الجسم العادي للصحيفة أيا كان شكلها وطريقة إخراجها.

---

[71] H.J.Walls. في عبد الباسط سلمان ، **سحر التصوير** : فن وإعلام ، بدون طبعة (القاهرة :الدار الثقافية للنشر ، بدون سنة نشر) ص5.
[72] علي فاضل ، **الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالة والإقناع**، ،ط1(عمان :دار أسامة للنشر والتوزيع ،2011) ص145- 147.

4. تعطى قيمة جمالية لصفحات الصحيفة .

ثانيا – وظائف الصورة الإعلامية في مجال الإشهار (الإعلان) :–

للصورة في مجال الإشهار (الإعلان) عدة وظائف يمكن إيجازها فيما يلي [73]:–

- الوظيفة الجمالية: ترمي إلى إثارة الذوق قصد اقتراح البضاعة.
- الوظيفة التوجيهية: الصورة فضاء مفتوح على كل التأويلات، لهذا تكون مرفوقة في أغلب الأحيان بتعليق لغوي قد يطول أو يقصر. وفي هذا الإطار تحيلنا الصورة على قراءة النص الذي يثبت فيه الداعي أفكاره وحججه.
- الوظيفة التمثيلية: تقدم لنا الأشياء والأشخاص في أبعادها وأشكالها بدقة تامة، الشيء الذي تعجز عنه اللغة، في كثير من الأحيان، أي أنها تبقى المرجع الأول والأخير الذي يجد فيه النص تجسيده وتقويمه، إذ أن المشاهد يغدو ويروح بين النص والصورة، ليظل باله معلقا بهذه الأخيرة.
- الوظيفة الإيحائية: الصورة تعبير يغازل الوجدان، ويغذي الأحلام، لأنها عالم مفتوح على مصراعيه لكل التأويلات والتصورات، وهي تحاور اللاوعي وتوحي بمشاعر تختلف في طبيعتها من مشاهد إلى آخر.
- الوظيفة الدلالية: إن الوظائف الأربعة الأولى تتضافر لخلق عالم دلالي معين، وهذه الدلالة تأتي نتيجة التفكير والتأمل الذي أسسته الصورة لدى المشاهد.

ثالثا – وظائف الصورة الإعلامية في التلفزيون

---

[73] عمراني المصطفى ــ الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، **مجلة فكر ونقد** ، عدد 34 ، 2000. ص 27.

تصنف الصورة الإعلامية في التلفزيون بأنها صورة مرئية (متحركة) وهي تقوم بوظيفتين رئيستين هما[74] –:

وظيفة طبيعية : وهي تنبع من طبيعة عمل هذه الوسائل التي لا يمكن لبرامج التلفزيون أو مقاطع الفيديو و الأشرطة السينمائية أن تبث من دون هذه الصورة.

وظيفة فنية : وهي تصنع وتوظف لخدمة المضمون الذي تبثه هذه البرامج حيث أنها المكون الرئيسي للبرامج التي يبثها التلفز

استراتيجيات خطاب الصورة :

تعتمد الصورة افي استراتيجيتها لتحقيق الإقناع على عدة تقنيات لتحقيق الإقناع والتأثير ، وتتمثل هذه التقنيات في : تقنيات خاصة بالنسق الأيقوني ، وتقنيات خاصة بالنسق اللغوي.

اولا – التقنيات الخاصة بالنسق الأيقوني

تنقسم التقنيات الخاصة بالنسق الأيقوني إلى تقنيات خاصة بالصور الثابتة ، وأخرى خاصة بالصورة المرئية (المتحركة)

أ. تقنيات تأثير الصورة الثابتة

تقوم الصورة الثابتة بإحداث تأثيرات عميقة في المتلقي وذلك من خلال عدد من التقنيات التي تتميز بها الصورة الثابتة في سعيها لإحداث تأثير في المتلقي، وهذه التقنيات هي [75] : –

- هيمنة الصورة: الكاميرا تكذب أحيانًا حيث لم تعد الصورة كما كان يعرفها الآباء بأنها مجرد انعكاس للواقع، بل صارت الصورة في حد ذاتها تؤسس وتؤصل للواقع، وتصنع التعاطف والنفور بشكل مستقل تمامًا عن أي شيء.

---

[74] هالة البغدادي ، **الصحافيون التلفزيونيون الاخباريون** : القواعد والقيود : دراسة ميدانية مقارنة ، بدون طبعة (بدون مكان نشر : المكتب الجامعي الحديث ،2011) ص71.

[75] بدون اسم ، " كيف يمكن أن تتحكم الصورة في مشاعر البشر وأحكامهم؟ "، **موقع ساسة بوست** ، 9 مارس 2015 ، رابط الموضوع http://www.sasapost.com/how-photo-control-our-minds

- التركيز على التفاصيل: التفاصيل التي يتم انتخابها تصنع الفارق تصنع كل شيء وهي كفيلة بإثارة مشاعر الحب أو التعاطف مع أحد الأطراف أو كراهيته أو شيطنته .
- القصة ليست كاملة: الصورة أيضًا لا تحكي الحكاية كاملة في أغلب الأحيان، لكنها تترك فراغات يتم ملؤها عبر التحليلات والتخمينات.
- الاختزال و التنميط : يختزل شخص أو فئة من البشر في صورة معينة ويقصد بالتنميط وضع الأشخاص أو بعض الفئات في قوالب إيجابية أو سلبية وتأتي قوة تأثير الصورة من خلال تعميم صور اختزالية يتشارك فيها الجميع في نفس القالب سواء كانوا يتشاركون هذا النمط أم لا .

ب. تقنيات تأثير الصورة المتحركة

تتميز الصورة المرئية (المتحركة) بوجود عدة مستويات في تركيبها تسهم في إحداث التأثير علي المشاهد وهذه المستويات هي [76]:-

• المستوى التقني يترجم في وضوح الصورة ، والتكنولوجيا المعتمدة في إنشائيتها ، وزاوية النظر ونسبة النور والعتمة ، وكيفية توزيع مختلف العناصر المكونة للفضاء البصري لها ، فهي عملية إخراج وتدقيق في التقنية التي تنشأ على الظهور والتجلي القائم على الوضوح.

•المستوى الجمالي يتمثل في الفعل الإنشائي للصورة القائمة على التركيب البنائي المتوازن شكلا ولونا ، وما يكتنفه من خاصيات بصرية وتعبيرية تتجلى من خلال العمليات التشكيلية مثل التناوب والتواتر والسكون والحركة والتواصل الإيقاعي لمختلف العناصر التي تولد الإحساس بالجمال.

---

[76] طه الليل ،" سيميولوجيا الخطاب البصري: رهانات الصورة وسطوتها"، **مجلة العربية ثقافتك** ، لم يذكر عدد ،30 مارس 2014، رابط الموضوع http://www.arabicmagazine.com/arabic/ArticleDetails.aspx?Id=3467

• المستوى الدلالي ويتجلى في الصيغة الاستقرائية الناتجة عن العلاقة الجدلية الناشئة بين الدال اللغوي والمدلول البصري في عملية فك الرموز التي تمثل تحليلا للدلالة والمعنى الناتج عن البعد الجمالي للصورة من خلال تركيباتها وحضورها داخل الفضاء التشكيلي.

• المستوى الفكري والمعرفي والأيديولوجي ويكون ذلك بالدور التوجيهي للحقل الدلالي للصورة الذي يمثل الرابط بين المكون البصري والزخم العلائقي للإشكاليات التي تطرحها وما تختص به من نفوذ على عين المبصر الذي يسعى لا إراديا إلى فك رموزها وترجمتها لتكون بذلك علاقة ناشئة بين ثلاثية نص/بصر /وجدان بالإضافة إلى فكر المتلقي باعتباره العنصر الرابط بين المادي والسوسيو–ثقافي، ومختلف الأبعاد الفكرية والنفسية المكونة لإيديولوجيا الخطاب البصري التواصلي في حد ذاته.

• حضور الخطاب البصري يتسنى للمتلقي اكتشافه من خلال ما يمكّنه إدراكه وفهمه حسب ما تقتضيه ثقافته ومكتسباته المعرفية.

• «قصدية» الصورة وانتقائيتها وهو ما يسهم في تأطيرها للمتلقي ايديولوجيا والتي تنطلق من المقومات الجمالية لتتحول خطابا مؤثرا ليكسب ثقة المتلقي وشعوره.

ثانيا –التقنيات الخاصة بالنسق اللغوي

تتمثل التقنيات الخاصة بالنسق اللغوي في إمكانيات اللغة من معاني وكلمات وأساليب بلاغية وذلك بغية القيام بوظيفتين أساسيتين [77]:–

- ✓ وظيفة الدعم حيث تنصهر الدلالة اللغوية مع دلالة الصورة في دلالة كلية.
- ✓ وظيفة الترسيخ وهنا توجه المتلقي إلى دلالة محددة وترسخها في ذهنه.

[77] بلقاسم دفة ،"استراتيجية الخطاب الحجاجي – دراسة تداولية في الارسالية الاشهارية العربية "، **مجلة المخبر** –جامعة بسكرة الجزائر –العدد العاشر 2014، ص512.

تأثيرات الصورة الإعلامية

التأثيرات السياسية :

امتد تأثير الصورة إلى كافة ميادين العمل السياسي وذلك من خلال الصور التي تبث عبر الوسائل الإعلامية المختلفة والتي تجاوزت حدود السيادة الداخلية لجميع الدول ، إضافة إلى فتح الباب أمام تفاعلات جديدة وإعادة بعض المفاهيم التقليدية في مجال العلاقات الدولية ذلك إلى بروز أنماط جديدة من التفاعلات بين أطراف دولية في دول مختلفة وبعيدة عن بعضها البعض كما طغت الصور المتداولة على مواقف النخب السياسية المختلفة والعامة على حد سواء تجاه الأحداث المختلفة [78]وقد اكتسب هذه الأمر زخما بعد الدور الذي لعبته محطة سي إن إن في حرب الخليج الأولى عام 1990 حيث أصبحت المحطة وعبر الصور التي قامت ببثها مصدرا لمعلومات أصحاب القرار السياسي[79] ومراكز البحوث وبالرغم من التضليل والتشويه وسياسة تمرير المعلومات التي تنتجها القناة إلا أنها أسهمت بإطلاق ما يعرف بالدبلوماسية المتلفزة [80] وقد اكتسبت التأثيرات السياسية للصورة الإعلامية دفعا جديداً في ظل الأزمات والحروب التي تشهدها المنطقة العربية ، ويمكننا القول إن أية تغطية إعلامية لأي حدث أو

---

[78] صباح ياسين ، **الإعلام الفضائي في الوطن العربي : تحليل للمضمون والتأثير في النخب والراي العام** ، ط1(بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية 2013) ص98.

[79] محمد حسام الدين ، **الصورة والجسد : دارسات نقدية في الاعلام المعاصر** ، (ط1(بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية،2008)ص 79-80.

[80] صباح ياسين (محرر)، **الاحتلال الأمريكي للعراق : صوره ومصائره** ،سلسلة كتب المستقبل العربي (43)،ط1 ط1(بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية2005) ص32

أزمة لا بد أن تعتمد على الصور التي تمثل ذخيرة حية عاطفية ترمي بالزج بالمشاهد في هذا الخندق أو ذاك.

التأثيرات الاقتصادية:

تعد الصورة من المظاهر الحديثة للمتغيرات الاقتصادية الاجتماعية في الوطن العربي حيث تلعب دورا تسويقيا هاما من خلال صور العلامات التجارية التي تقوم بالوظائف التالية :-[81]

- تساعد في أطوار معالجة المعلومات .
- تميز وتساعد على التموقع .
- توفر أسباب الشراء .
- تخلق ميول إيجابية تجاه العلامة .
- الصورة هي فضاء لتوسع العلامة .

وقد عملت الصورة التي تقوم بتقديمها كبريات الشركات العالمية في إعلاناتها على التأثير في اقتصاديات الوطن العربي من خلال تشجيعها لثقافة الاستهلاك في المجتمعات العربية وهو ما يهدد بالقضاء على الصناعات في تلك المجتمعات بكل أشكالها ويعزز التهميش الاقتصادي فيها [82] .

التأثيرات الثقافية :

شيوع و بروز ما يعرف بثقافة الصورة ويقصد بهذا المصطلح بأنها الثقافة التي تعتمد لغة الصورة وأبجدية الحواس ، وترتكز على تسليع الثقافة وتشجيع الاستهلاك ، ولثقافة الصورة أثر فعّال في الأفراد

---

[81] Barrer .c,Delge .S,Hirogyen.S, في أزمور رشيد ، قرار شراء المنتوج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية : دراسة حلاة المستهلك بولاية تلمسان " حول متوج السيارات " ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (تلمسان : كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية :2011) ص78 .

[82] محمد جاسم ولي ، الصورة وتأثيراتها النفسية والتربوية والاجتماعية والسياسية ظن بحث مقدم الى **مؤتمر جامعة فيلادلفيا الثاني عشر**: **ثقافة الصورة24-27 أبريل 2007.** جامعة فيلادلفيا –عمان –الأردن .

والمجتمعات على حد سواء ، فهي تتدخل في تكوينهم العقلي وفي توجهاتهم الفكرية والثقافية، ومن أبرز التحولات التي جاء بها التلفاز دخول الفئات المهمشة في دائرة الاستقبال الثقافي بعد أن كان العالم الثقافي حكراً على الفئة النخبوية وذلك لأن الصورة لا تحتاج بذل المال أو تعلّم القراءة ، كما ساهمت في إزالة الحواجز الثقافية بين الشعوب[83].

المبحث الثاني : وسائل الإعلام الاجتماعي و المشهد الاتصالي في المنطقة العربية

وصل عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إلى أكثر من 71 مليون مستخدم في المنطقة العربية من بين135 مليون مستخدم للإنترنت وذلك حتى نهاية ديسمبر 2013 مستخدمٍ[84] ، وقد ارتفع العدد الإجمالي لمستخدمي فيسبوك في العالم العربي من 51 مليون مستخدماً في ديسمبر 2012 إلى 71 مليون مستخدم بنهاية ديسمبر 2013 فيما ارتفع المعدل الوسطي لانتشار فيسبوك في بلدان المنطقة

---

[83] صباح ياسين ، **مرجع سابق** ، ص 34-38

[84] كلية محمد بن راشـد للإدارة الحكومية ، العالم العربي على الإنترنت 2014: **توجّهات اسـتخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية**، (دبي :2014)، موقع الكلية على شبكة الإنترنت، ص1، رابط الموضوع http://www.mbrsg.ae/getattachment/c1781944-d1c8-45d9-9a02-a6462a555e70/The-Arab-World-Online-2014-Trends-in-Internet-and.aspx

العربية من 13.4 % في ديسمبر 2012 إلى ما يزيد عن18.5 %في ديسمبر 2013، وتحتل دولة الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى على صعيد انتشار فيسبوك في المنطقة يليها قطر والكويت و ولبنان والأردن([85]).

وتتميز وسائل لإعلام الاجتماعي بعدد من الخصائص التي يمكن تقسيمها إلى نوعين[86]:-

أ. خصائص متعقلة بالوسائل في حد ذاتها و تشمل :-

- قليلة التكلفة
- سهولة الاستخدام
- إمكانية تعديل شكل الموقع

ب. خصائص متعلقة بالفرد المستخدم وتشمل :-

- التشاركية والتفاعلية : إذ يقوم كل فرد بإثراء صفحته في الشبكة بكل المعلومات سواء تلك المتعلقة بشخصه أم تلك التي يرغب في إيصالها إلى الطرف الآخر.
- الحضور الدائم الغير مادي : لا تتطلب عملية التواصل والاتصال الحضور الدائم إذ يمكن الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسائل نصية أو صور أو معلومات أو أفلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر وهو الأمر الذي يُمكّن هذا الشخص من الرد عليه بنفس الطريقة .
- الوضوح الهوياتي : وهو شيء تلقائي يحدث بين الطرفين لأن الغاية هي التعرف على الآخر وتعريفه بالأنا .

---

[85] كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية –نادي دبي للصحافة ، **تقرير نظرة على الاعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014**، (دبي :2014) ، موقع الكلية على شبكة الإنترنت ، ص 11 ، رابط الموضوع
http://www.mbrsg.ae/getattachment/9cea0fcc-9e43-4fba-9f47-ea6d9d16ca8c/Arab-Social-Media-Outlook-2014.aspx

[86]موسى مشري، "شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية : نظرة في الوظائف"، **مجلة المستقبل العربي**، العدد395، يناير 2012 ، ص157-158.

أنواع وسائل الإعلام الاجتماعي :-

1. مواقع التشبيك الاجتماعي

وهي المواقع التي تقوم بفتح نوافذ للنقاش وتبادل الآراء ومن أمثلة هذه المواقع ([87]) :-

- موقع يوتيوب :

يتميز موقع يوتيوب بإمكانية تحميل وعرض وتبادل مقاطع الفيديو في جميع أنحاء العالم كما يتيح العثور على جماعات الفيديو ذات الاهتمام المشترك ويسهل الاتصال معها .

- موقع فيس بوك:

يسمح هذا الموقع للأعضاء المشتركين فيه تبادل المعلومات من خلال نشر بعض البيانات والصلات الاجتماعية للمشتركين كما يوفر إمكانية نشر الصور والملاحظات وتصنيف الاهتمامات في مجموعة منفصلة مما يسهل للمستخدمين ترتيب بياناتهم وبيان تبادلاتهم الاجتماعية .

- موقع تويتر:

تم إطلاق موقع تويتر في عام 2006 كموقع للتواصل الاجتماعي وهو يتكون من واجهة تسمح بتدوينات صغيرة شرط ألاّ تتجاوز 140 حرفا[88] .

- موقع انستغرام

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضا، أطلق في أكتوبر عام 2010, يتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية[89]

---

[87]محمود علم الدين ، **الصحافة الالكترونية** ، ط1(القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع ،2008) ، ص140-163.

[88]علي شقرة ، **الإعلام الجديد** (شبكات التواصل الاجتماعي)،ط1(عمان :دار أسامة للنشر والتوزيع ،2014) ص75.

[89] بدون اسم ، " إنستغرام"، **موسوعة ويكيبديا** ، بدون تاريخ ، رابط الموضوع

وتوجد مواقع أخرى لمواقع التشبيك الاجتماعي مثل مواقع الويكي وشبكة لينكد إن وغيرها.

2. المدونات

وهي نمط من أنماط التعبير الإلكتروني يمنح الصحفي مجالا أوسع للإفصاح عن رأيه الشخصي في الحدث وتخويله الحق في إشراك مشاعره العاطفية للتعبير عنها .

3. القوائم البريدية

نظام إدارة وتعميم الرسائل والوثائق على مجموعة من الأشخاص المشتركين بالقائمة عبر البريد الإلكتروني .

4. مجموعات الأخبار

كل الأماكن التي يجتمع فيها الناس لتبادل الآراء والأفكار أو تعليق الإعلانات العامة أو البحث عن مساعدة ، وهي تختلف في بعض خصائصها عن القوائم البريدية .

5. المنتديات أو الساحات العامة

هي أحد التطبيقات التي تتيح للأفراد عقد مناقشات ووضع المحتوى الذي يصنعه متصفح الإنترنت .

وتبرز الاتجاهات لاستخدامات المتعددة لوسائل التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية بما يلي [90] :-

- استمرار التأثير السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية .
- تزايد دور شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم .
- ملائمة محتوى شبكات التواصل الاجتماعي للحساسيات الثقافية .
- تصاعد النقاش حول الخصوصية الشخصية في ضوء تزايد التدابير الأمنية التي تتخذها الحكومات على الإنترنت .

---

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%85

[90] هتواير و أكتيف، **تقرير الاتجاهات الرقمية في الشرق الأوسط: 2014 عام التأثر ، 2014**، موقع اكتف ، رابط تحميل التقرير http://www.activepr.biz/digitaltrendsreport/

- من العملاء إلى المستهلكين وذلك من خلال تخصيص الشركات فريق خدمة العملاء عادة

بشكل متعاون في بيئة عالية الاستجابة، ولها صلاحية التصرف لحل المشكلات وتقديم العروض للعملاء.

- تزايد حركة العلامات التجارية على شبكات التواصل الاجتماعي .
- اتجاه تجارة التجزئة نحو الرقمنة .
- فرصة كبيرة لفرق الاتصالات الجماهيرية لإثبات قيمة حملاتهم بطريقة أشد تأثيرا من السابق

بمساعدة استخدام القياس كعنصر محوري في تلك الحملات.

المبحث الثالث : سمات وتأثيرات توظيف الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي

تلعب الصورة على اختلاف أنواعها دورا هاما في وسائل الإعلام الاجتماعي ويرجع السبب إلى الأهمية المتزايدة لهذه الوسائل من جهة واحتوائها على مجموعة من القيم والمضامين والدلالات التي يحفل بها حضور الصورة في تلك الوسائل سواء كان ذلك في أيقونات تلك الوسائل أم في إدراجات مستخدمي تلك الوسائل من الصور .

سمات الصورة الإعلامية في وسائل الإعلام الاجتماعي

اولا – الخصائص العامة للصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي

1. تعد الصور التي يتم إدراجها في وسائل الإعلام الاجتماعي صور رقمية بامتياز وذلك لخضوعها للمعالجة الرقمية التي يقوم بها الكمبيوتر وبرامجه المختلفة سواء من خلال الإدخال أو التعديل أو الحفظ أو الالتقاط.

2. تنتشر الصور بنوعيها (الثابتة والمرئية) في وسائل الإعلام الاجتماعي بفعل ظاهرة (ميمات الإنترنت) ويقصد به "المفهوم الذي ينتشر من شخص لآخر عبر الإنترنت " تأخذ هذه الظاهرة شكل الصورة والرسم والروابط والفيديو [91].

3. ارتباط الصور في مواقع التواصل الاجتماعي بالنصوص التي يتم إدراجها في هذه المواقع وهو ما يسهم في زيادة تفاعلية الصورة .

4. تتميز الصورة النمطية للفرد في وسائل الإعلام الاجتماعي بأنها مكونة نتيجة لما يغرد به أو ينقله من روابط أو ردوده على الأشخاص ونوعية الأفراد الذين يتابعهم ويتابعونه. وهذه الصورة النمطية إيجابية أو سلبية ، بل هي وصف لحالة تمايز بين استنتاجاتنا الشخصية حيال الناس الذين نتابعهم إلكترونيا، وبين استنتاجاتنا الشخصية حول الأفراد [92].

وهو ما يمكن الباحثة من القول بأن وسائل الإعلام الاجتماعي عملت على أنسنة الصورة الإعلامية وذلك لأن هذه الصورة تعبر عن أفعال إنسانية ذات بعد إعلامي واتصالي .

يمكن ايجاز أبرز سمات الصورة الثابتة في وسائل الإعلام الاجتماعي فيما يلي :-

---

[91] بدون اسم ، " ميمات الإنترنت "، **مجلة تلفزيون الخليج** ، العدد 98، سبتمبر 2014 ، ص55-57.

[92] ياسر الغسلان ، " مواقع التفتيش الإلكترونية"، **صحيفة الوطن** ،، لم يذكر عدد ، 23فبراير 2015،موقع صحيفة الوطن على الإنترنت ، رابط الموضوع على شبكة الإنترنت http://www.alwatan.com.sa/Articles/Detail.aspx?ArticleId=25215

1. تتميز الصورة (الأيقونة) في وسائل الإعلام الاجتماعي بأنها صورة دالة على الفعل فعلى سبيل المثال جميع الأفعال الاتصالية في هذه الوسائل تتم عبر النقر على أيقونات، ومن أبرز الامثلة على هذه الأفعال:-

- الدخول الى مواقع فيس بوك وتويتر ويوتيوب و انستغرام .
- فعاليات (الاعجاب والتعليق والمشاركة) في موقع فيس بوك .
- فعاليات (التغريد، إعادة التغريدة، الهاشتاغ) في موقع توتير .

2. تحفل شعارات الايقونات في وسائل الإعلام الاجتماعي بالعديد من المضامين والدلالات التي يتم توظيفها في التعبير عن تلك الوسائل وطبيعة عملها [93].
3. تتصدر الصورة الفوتوغرافية مختلف أشكال الرموز غير اللفظية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة حضور تقارب ثلث ما تم رصده من رموز غير لفظية[94].
4. رغم التنوع في أنواع الصور في وسائل الإعلام الاجتماعي الصورة إلا أنّ هناك أنواعا من الصور توجد في هذه الوسائل دون غيرها وهذه الأنواع هي :-

☒ الصور النصية : تتميز باستخدام الصور التي تحتوى نصوصا صغيرة مع تكبير لحجم الكلمات التي يعتقد أنها أكثر جاذبية وأهمية للمستخدم الفيس بوك .

[93] فوضيل عدنان ، خطابات الفايسبوك وخطاب المثقف -مقاربة سيمائية ة ثقافية - ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ،(تيزي وزو : كلية الآداب واللغات – قسم الأدب العربي – جامعة مولود معمري، بدون ذكر سنة) ص33.

[94] حسام الهامي ، سميولوجيا التواصل الاجتماعي : دراسة تحليلية لبنية الرموز غير اللفظية على موقع فيس بوك ، بحث مقدم إلى مؤتمر **وسائل التواصل الاجتماعي :التطبيقات والإشكاليات المنهجية "**، 10-11 مارس 2015، كلية الإعلام والاتصال – جامعة الإمام محمد – الرياض

☒ الصور الذاتية (السيلفي): وهي أكثر الأنواع انتشارا في وسائل الإعلام الاجتماعي وهي الصور التي ترصد و توثق وقائع الحياة اليومية للأفراد وتقوم بالإعلان عنها [95]. ويرجع السبب في ذلك هو سهولة التقاطها، والتحكّم بها و تنوع أهداف الأشخاص الذين يقومون بالتقاطها والتي تتنوع بين التسلية والاستعراض الشخصي و التواصل مع الأصدقاء وغيرها[96] .

ثالثا – السمات الخاصة بالصورة المتحركة المرئية (المتحركة) في وسائل الإعلام الاجتماعي

يمكن تلخيص أهم سمات الصورة المرئية في مواقع التواصل فيما يلي :-

1. تتسم الصورة المرئية في مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة في موقع فيس بوك بأنها صورة فقيرة تقنيا لكون أداة التصوير الأساسية فيها هي كاميرا الهاتف الجوال وذلك لاعتمادها على التصوير بواسطة كاميرا الهاتف الجوال وهو ما يعكس الوضعيات النفسية والجسدية للأشخاص داخل هذه الصورة بصدق اكبر وهو ما يعد نقطة قوة وتميز لهذه الصورة عن الصورة التلفزيونية المعدة بإتقان مرئي وهندسي محترف[97] .
2. تعمل هذه الصور على تعميم معطيات مُركَّبة ومتناقضة، في سعي متواصل إلى إقناعنا بها، حيث تعرض أمامنا ليل نهار جملة من الأحداث والرموز، بالصورة التي تجعلها تملك القدرة على أن تعود بنا قروناً إلى الوراء، سواء في مظهرنا العام أو في طرق فهمنا وتفاعلنا معها[98].

---

[95] ايلي عبدو ، " عن صـــورنا الفيســبوكية أو الذات كما نتمناها"، **العربي الجديد**، 2 مارس 2015 ، **موقع العربي الجديد على الإنترنت** ، رابط الموضوع

http://www.alaraby.co.uk/medianews/2015/3/2عن-صورنا-الفيسبوكية-أو-الذات-كما-نتمناه/

[96] غفران مصطفى ،" سِلْفي» أو لا «سِلْفي».. تلك هي المسألة"، **صحيفة السفير** ،لم يذكر عدد ، 11 ابريل 2014، **موقع صحيفة السفير على الإنترنت** ، رابط الموضوع

http://www.assafir.com/Article/17/346052

[97] كمال الزغباني ،" في الصورة الفايسبوكية بين التقني والإيطيقي"، **مجلة الجزيرة الوثائقية** ،العدد 22،11يونيو 2011، موقع المجلة على الإنترنت ،رابط الموضوع
http://doc.aljazeera.net/DocGallery/Media/Documents/2011/6/22/20116221212021 6734.pdf

[98] كمال عبد اللطيف ،"في قوة العوالم الافتراضية "، **العربي الجديد** ،،19 مارس، 2015 ، موقع العربي الجديد على الإنترنت ، ،رابط الموضوع http://www.alaraby.co.uk/opinion/4c125eed-7c4d-42aa-8fe9-2264adc65177

3. التأكيد على وجود علاقة تفاعلية بين ما يتم تداوُله في العالم الافتراضي وما يحصل في الواقع.

4. استحضار أشكال التأطير السينمائية في المظهر والملبس، في أثناء التصوير حتى يبقى المشاهد مشدوداً أمام ما يجري أمامه من وقائع وصور، وذلك حتى يكتمل إطار الصورة داخل المجتمع[99] .

تأثيرات توظيف الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي:

أحدث توظيف الصورة المتزايد في وسائل الإعلام الاجتماعي بنوعيها الثابت والمرئي (المتحرك) عدة تأثيرات متعددة ومتنوعة وفيما يلي عرض لأهم تلك التأثيرات :-

التأثيرات السياسية :-

تنحصر التأثيرات السياسية لتوظيف الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي فيما يلي :-

1. قامت الصور (الثابتة والمرئية) والتي نقـلت ووثّقت الأحداث السياسية والأمنية المضطربة والتي تم تــداولها عبر وسائل الإعلام الاجتماعي بدور هام في التغيير السياسي الذي شهدته المـــنطقة العربية منذ أواخر 2010م [100] إذ عملت على بلورة العديد من ردود الفعل الآنية والمؤثرة تجاه تلك الأحداث[101] .

2. الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي أداة للتعبير عن الأيدلوجيا حيث أتاحت هذه الوسائل للجماعات والأحزاب والتيارات السياسية والفكرية استخدام الصورة وتقنياتها المختلفة كمعبر عن أيدولوجيتيها وأفـكارهـــــا ومن ثــم تحقيق الانـتـشــــار لتلك الأيدولوجيات [102] .

---

[99] كمال عبد اللطيف ، **مرجع سابق**، http://www.alaraby.co.uk

[100]نديم منصوري، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربيّة، بحث مقدم إلى **مؤتمر الانتفاضات العربية: مقاربات سوسيولوجية ومقارنات جغرافية** ، 20-21 مارس 2012-الجامعة الأمريكية – بيروت

[101] تانيا الخوري ، " كلنا شهود عيان: ربيع العرب بالصور والحروب الإلكترونية"، **مجلة الدراسات الفلسطينية** ، العدد 88،خريف 2011، ص 124.

[102] نورة العطوي ،" «أدلجة الصــورة» تستهوي «القطيع» في مواقع التواصــل الاجتماعي..!"، **صــحيفة الرياض** ، العدد 16578 ،13نوفمبر 2013، **موقع صحيفة الرياض على الإنترنت** ، رابط الموضوع http://www.alriyadh.com/883442

3. الصورة كأداة للنقد السياسي الساخر : تعد ظاهرة الصور الساخرة (الكوميسكي) من أبرز الظواهر التي زاد انتشارها بفعل وسائل الإعلام الاجتماعي والتي يقوم بتصميمها الشبان في إطار رودهم الساخرة على الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية وقد أصبحت هذه الصور الساخرة بمثابة البديل لفن الرسم الكاريكاتيري المعروف [103].

4. تعد الصورة المتداولة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي أداة هامة في الدعاية والتضليل حيث شهدت هذه الوسائل ازديادا ملحوظا في تداول العديد من الصور المضللة والمفبركة والتي تحقق أهدافا دعائية للجهات التي تقوم ببث تلك الصور [104] ، **وترجع الباحثة أسباب ازدياد تلك الظاهرة إلى ما يلي :-**

- ☒ تصاعد حدة الصراعات والنزاعات التي تشهدها المنطقة العربية وهو المناخ الذي يشهد ازدهارا للدعاية وابتعادا لوسائل الإعلام عن تحري المصداقية والمعايير المهنية في تغطيتها لتلك الصراعات .
- ☒ سرعة تداول هذه الصور عبر المنصات الجديدة لوسائل الإعلام الاجتماعي والمتمثلة في الهاتف الذكي و الأيباد وغيرها .
- ☒ سهولة عمل البرامج الخاصة بتعديل وحذف والتلاعب بالصورة وهو ما سرع من انتشارها واستخدامها بين أعداد كبيرة من الناس .

5. الصوة كأداة رقابية : تمثل الصورة أداة رقابية فعالة وذلك بفعل الإمكانيات التكنولوجية الخاصة بالصورة من جهة وخصائص وسائل الإعلام الاجتماعي من جهة أخرى والتي مكنتها من الكشف

[103] فاطمة ابو حية ، ""الكوميكس"..فن ابتكره الشباب ليمزجوا السياسة بالضحك"، **صحيفة فلسطين** ، العدد 2092،17 مارس 2013، ص 23.

[104] محمد معاوية،" الفبركة" تدخل الإعلام في أزمة أخلاقية"، **صحيفة الاتحاد** ، لم يذكر عدد ، 22 سبتمبر 2014 ، **موقع صحيفة الاتحاد على الإنترنت** ، رابط الموضوع ،http://www.alittihad.ae/details.php?id=82535&y=2014&article=full

عن العديد من التجاوزات في مختلف مناحي الحياة [105]، إضافة إلى كونها تمثل سجلا يمكّن الجمهور من محاسبة المسؤولين ولو افتراضيا على تصريحاتهم وقدرتهم على الوفاء بالتزاماتهم التي تعهدوا بها لذلك الجمهور .

التأثيرات الاقتصادية

قامت الصور المنشورة على وسائل الإعلام الاجتماعي بتحويلها تلك الوسائل إلى منصات إعلانية وتسويقية ، وفيما يلي عرض لتأثيرات الصور الإعــلانية والتسويقية في هذه الوسائل :-

- أسهمت الصور في وسائل الإعلام الاجتماعي في تحويلها إلى منصات إعلانية حيث تحول الحضور الواسع للصور الذاتية (السيلفي) والموثق لبعض النشاطات الاجتماعية إلى نوع من الاستعراض الشخصي وهو ما أسهم بالإعلان الغير مباشر ومن ثم زيادة الإقبال على بعض القطاعات الخدمية في المجتمع كعيادات التجميل وغيرها [106] .
- تحولت العديد من صفحات وسائل الإعلام الاجتماعي إلى متاجر إلكترونية خاصة بأصحاب تلك الوسائل حيث يقومون بعرض الصور الخاصة بمنتجاتهم وبضائعهم بهدف بيعها إلى أكبر عدد ممكن من مستخدمي تلك الوسائل [107] .

التأثيرات الثقافية

---

[105] بدون اسم ، " مصر: توقيف مدير دار للأيتام ظهر في فيديو وهو يضرب أطفالاً"، **صحيفة الحياة** ، لم يذكر عدد ، 4أغسطس 2014،**موقع صحيفة الحياة على الإنترنت** ، رابط الموضوع http://www.alhayat.com/Articles/3967059

[106] شادن الحايك،" الاستعراض الشخصي على مواقع التواصل يدفع سعوديين إلى جراحات التجميل"، **صحيفة الحياة** ، لم يذكر عدد ،6 مارس 2015، **موقع صحيفة الحياة على الإنترنت** ، رابط الموضوع http://www.alhayat.com/Articles/8057957/الاستعراض-الشخصي-على-مواقع-التواصل-يدفع-سعوديين-إلى-جراحات-التجميل-والاعتناء-المفرط-بالمظهر

[107] هتاف المحيميد، " بسطات «إنستقرام».. حاسب بأقل التكاليف!" ، **صحيفة الرياض** ، العدد 16769، 23 مايو 2014، ، **موقع صحيفة الرياض على الإنترنت** ، رابط الموضوع http://www.alriyadh.com/937999

تعد الصورة ثقافة قائمة بحد ذاتها انعكس حضورها في كافة ميادين الحياة ومن هنا فإن التأثيرات الثقافية للصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي تبقى الأبرز لأنها تعبر عن إبداعات التفكير الجمعي للإنسانية و يمكن تلخيص هذه التأثيرات فيما يلي :-

1. تشكل وسائل الإعلام التواصل الاجتماعي منبرا للتعريف بالمواهب التي تعتمد على الصورة أساسا لإبداعاتها كما أنها تمثل قناة هامة لنشر أعمالهم في مختلف الفنون الإبداعية فعلى سبيل المثال يعد موقع يوتيوب قناة اساسية للمواهب في فن التمثيل والموسيقى والغناء تمكنهم من إبراز قدراتهم في تلك الفنون ، فيما يوفر موقع انستغرام متحفا فنيا لأعمال الفنون التشكيلية والتصوير .
2. تحول حضور الصورة في بعض الصفحات في وسائل الإعلام الاجتماعي إلى معارض فنية إلكترونية ، إضافة الى قيامها بأرشفة الأعمال الفنية كالمسلسلات والأغاني والأفلام[108] حتى يمكن القول بأنها من المواقع الأساسية لحفظ التراث الفني الإنساني ، ومن أبرز النماذج التي يمكن إيرادها في هذا المجال(صفحة"صوّر ع الماشي- القدس ")على موقع فيس بوك التي توثق الحياة اليومية لمدينة القدس وسكانها [109] .
3. أسهمت الصورة البصرية في وسائل الإعلام الاجتماعي في تعزيز حضور ما يعرف بالخطاب البصري التواصلي الرقمي ، و ويتخذ هذا الخطاب عدة أشكال هي:-

- الخطاب البصري الذي يعتمد على النص الإلكتروني فقط .
- الخطاب البصري الذي يعتمد على النص الإلكتروني المقترن بالصورة الثابتة .
- الخطاب البصري الذي يعتمد على النص الإلكتروني المقترن بالصورة المرئية المتحركة فقط .
- الخطاب البصري الذي يعتمد على النص الإلكتروني المقترن بالصورة المرئية المتحركة والثابتة

[108] فادي الطويل، " إرث شاهين للجميع.. على «يوتيوب»"، **صحيفة السفير** ، لم يذكر عدد ، 4 مارس 2015، **موقع صحيفة السفير على الإنترنت** ، رابط الموضوع http://assafir.com/Article/212/405521/AuthorArticle

[109] صحفة" صوّر ع الماشي- القدس"، رابط الصفحة ، https://www.facebook.com/saywJerusalem

4. أصحبت الصورة عنصرا بنائيا في النص الأدبي الكتروني على اختلاف أنواعه (قصيدة ، نثر رواية ، خاطرة روايات، قصة قصيرة ....الخ) وهو النص الذي تزايد انتشاره بفعل تحول الصفحات الخاصة بالأدباء والشعراء إلى منتديات ونوادي أدبية افتراضية حيث تلعب الصورة دورا هاما في التعبير عن مكنونات هذه النصوص وهو ما انعكس بالتالي على طبيعة النقد الأدبي الذي أصبح يُختصر في عدد المتابعين أيـقــونة (اللايك أو الإعجاب)

– وهي بدورها صورة – للتعبير عن مدى قوة النصوص الأدبية ومدى انتشارها [110].

التأثيرات التعليمية

يتزايد الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي التي تشكل الصورة عنصرا بنائيا فيها في العملية التعليمية وذلك من خلال توظيف تلك المؤسسات لهذه الوسائل في العملية التعليمية وفيما يعد موقع يوتيوب –الذي تشكل فيه الصورة المتحركة العنصر الرئيسي في بنائه– وسيلة تعليمية أثبتت فعاليتها في تدريس العديد من المقررات الدراسية [111] فإن موقع انستغرام الذي يعتمد على تبادل الصورة الثابتة بشكل رئيسي أسهم هو الآخر في تغير دافعية الطالبات بعد هذه الاستراتيجية, وشغفهم في المشاركة والتعليق على المادة المقدمة[112] .

التأثيرات النفسية

لم تقتصر فعالية وسائل الإعلام الاجتماعي على تحقيق إشباعات نفسية لمستخدمي هذه الوسائل ناتجة عن تبادل وتقاسم الصور مع الأصدقاء في لحظات هامة مؤثرة بل أحدثت الصور المتداولة على تلك

---

110 حمزة بن حسين ، " شعراء على الفيسبوك: النقد الأدبي يتحوّل إلى «لايك»؟، **صحيفة الأخبار** ، العدد 2535، 6 مارس 2015، **موقع صحية الأخبار، على الإنترنت** ، رابط الموضوع : http://www.al-akhbar.com/node/227594

111 أيهم اليوسف، ""اليوتيوب" صورة الماضي ولسان الحاضر"، **صحيفة أخبار الخليج** ، لم يذكر عدد ، 19 ديسمبر2012، **موقع صحيفة أخبار الخليج على الإنترنت**، رابط الموضوع

http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/2285bce0-fd2f-4318-a052-8d9234e2e04c

112 عبير عبد الرحمن، "الأحساء تدشن تقنية الانستقرام في المجال التعليمي "،**صحيفة موطن الأخبار الإلكترونية** ، لم يذكر عدد ،18 مارس 1435 ، **موقع صحيفة موطن الاخبار الالكترونية** ، رابط الموضوع

http://mawtenalakhbar.com/news.php?action=show&id=11935

الوسائل العديد من التأثيرات النفسية التي تطال مستخدمي تلك الوسائل ، ويمكن حصر تلك التأثيرات فيما يلي "–

1. تقوم الصور بنوعيها على وسائل الإعلام الاجتماعي بإشباع حاجات الأفراد الترفيهية ويعزز ذلك جملة من المعطيات الآتية :–

- وتشير إحصائيات موقع يوتيوب المخصص لتبادل وعرض مقاطع الفيديو أي الصور المرئية إلى تصدر مقطع فيديو "جلسات وناسة | جميلة طيني ورور" قائمة المقاطع الأكثر رواجًا في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا خلال عام 2013م بعدد مشاهدات تجاوزت 13 مليون مشاهدة[113]. وهو ما تكرر أيضا في 2014 م حيث تخطى مقطع الفيديو الخاص بأغنية(بشرة خير) عدد الـ 51 مليون مشاهدة لتكون بذلك مقطع الفيديو الأكثر رواجا عام 2014 م[114] .
- أظهرت دراسة أن 84% من مستخدمي موقع يوتيوب في المملكة العربية السعودية يستفيدون منه في الترفيه وذلك وفقا لدراسة أجراها الموقع على مستخدميه [115] .

- تصدر المغنية الإماراتية(أحلام) قائمة المشاهير الأكثر متابعة على موقع انستغرام حيث وصل عدد متابعيها على هذا الموقع إلى ثلاثة ملايين متابع [116].

[113]محمد عبد النبي ، " يوتيوب يكشف عن أكثر مقاطع الفيديو رواجًا عربياً وعالمياً في 2013"، **موقع البوابة العربية للأخبار التقنية**، 11 ديسمبر 2013، رابط الموضوع
http://aitnews.com/2013/12/11/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8-%D9%8A%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%AC/

[114] بدون اسم،" يوتيوب يكشف عن أكثر المقاطع مشاهدة في عام 2014" ، **صحيفة العرب** ، العدد 9765 ، ص 19.

[115] ألفونسو دو غايتانو،" دراسة جديدة بشأن YouTube في المملكة العربية السعودية"، **مدونة جوجل ارابيا**، بدون تاريخ ، رابط الموضوع
http://google-arabia.blogspot.com/2014/04/youtube.html#!/2014/04/youtube.html

[116] بدون اسم ،" أحلام تتربع على عرش الفنانات العرب عبر «انستغرام»"، **صحيفة الوطن الكويتية** ، لم يذكر عدد ،19 مارس 2015، ، **موقع صحيفة الوطن الكويتية** ، رابط الموضوع http://alwatan.kuwait.tt/articledetails.aspx?Id=424078

2. تحولت بعض تلك الوسائل إلى ما يشبه عرض للمذكرات اليومية بالصور لرصدها الحياة اليومية وتفاصيلها للأشخاص الذين يقومون بتوثيق نشاطاتهم وأعمالهم ويعد موقع انستغرام من أبرز تلك المنصات التي تتيح ذلك [117].

3. الصورة كأداة كاشفة للشخصيات : تقوم الصور والتي يقوم بإدراجها الأفراد في وسائل الإعلام الاجتماعي بالكشف عن بعض أنماط الشخصيات والحالات النفسية التي يمرون بها ، ومن أبرز تلك الأنماط [118]:-

- الشخص الاستعراضي: يمدح في نفسه وعمله بشكل مبالغ فيه، وتجده كثيرًا ما ينشر في صدر صفحته صورته في مكان عمله سواء كان في شركة أم في معمل بالإضافة إلى صوره مع زملائه.
- الشخص الحزين : دائماً ينشر صورًا لشخص يبكي.
- الشخص التلقائي الواثق بنفسه: ، دائمًا يضع صورة مشرقة له، مبتسماً أو في أفضل حالاته... ينشر صورته يأكل مع أسرته أو أصدقائه في مطعم .
- الشخص المثقف العميق: تجد لديه هوس بنشر صور لأشخاص تتأمل في أماكن طبيعية خاصة الصحراء،أو تجده ينشر مقولات لكبار الفلاسفة والمفكرين.

وتستنتج الباحثة من العرض السابق أنّ تأثيرات توظيف الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي كانت شاملة ومتنوعة وذلك من حيث تنوع التأثيرات التي طالت جميع مجالات الحياة وهو ما أسهم في

---

[117] نايف الحمري ، " سعوديات يحولن « إنستغرام » إلى مذكرة يوميات"، **صحيفة الرياض** ، العدد 17029، ،7 فبراير 2015 **موقع صحيفة الرياض** على الإنترنت ، رابط الموضوع http://www.alriyadh.com/1019635

[118] ولاء الشملول ، " أنماط الشخصيات على الفيس بوك (1)"، 14 نوفمبر 2014، **موقع اتفرج** ، رابط الموضوع http://www.itfarrag.com/Articles/Details/12358

العديد من التغيرات التي طالت أنماط الحياة في المجتمعات العربية وهو ما يعني أيضا أن هذه التأثيرات شملت جميع مستويات التأثير المعروفة وهي : المستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية وهو ما يمكننا من القول أيضاً بأن الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي هي أداة هامة من أدوات التعبير والتغيير عن المجتمعات العربية بكافة تفاصيلها و تناقضاتها .

المبحث الرابع :النتائج والتوصيات

النتائج

1. عملت وسائل الإعلام الاجتماعي على ازدياد انتشار الصورة وتأثيرها في كافة مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية .
2. اكتسبت الصورة بفعل حضورها في وسائل الإعلام الاجتــماعي أبعادا اتصـــالية وإعلامية و أيدولوجية وسيمائية ذات أهمية بالغة .
3. أسهمت وسائل الإعلام الاجتماعي في ظهور نوع جديد من الصور هو الصورة السيلفي وهي الصورة التي ارتبط ظهورها بوجود هذه الوسائل .
4. تتميز الصورة المتداولة في وسائل الإعلام الاجتماعي بالتماهي بين الشخصي والعام من جهة وبين المحلي والكوني من جهة أخرى.
5. عملت وسائل الإعلام الاجتماعي على إضفاء البعد الإنساني على الصورة الإعلامية وفي الوقت نفسه أثارت الكثير من الجدل حول مصداقية هذه الصورة وهو ما يمكن تفسيره بالتناقضات التي يتسم بها الإعلام الجديد .

6. شملت تأثيرات استخدام الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي مستويات التأثيرات جميعها :المعرفية والوجدانية والسلوكية .

7. عملت الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي على ظهور اتجاهات جديدة و تغيير بعض الاتجاهات ودعمت البعض الآخر وهو ما يعنى شمولها لجميع أنواع التغييرات التي تحدثها وسائل الإعلام .

التوصيات

تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات المستندة إلى نتائج الدراسة:-

1.دعم الآليات والخطط التي تكفل الاستفادة من حضور الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي بما يتوافق مع الأهداف والرؤى الاستراتيجية التي تكفل تقدم هذه المجتمعات.

2. وضع أسس عملية لقياس تأثيرات الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي .

3. القيام بدراسات حول اتجاهات الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي .

4. تعزيز مبادئ التربية الإعلامية لدى جميع فئات المجتمع وهو ما يعزز التعامل الأمثل مع الصورة في وسائل الإعلام الاجتماعي وبالتالي الحد من تأثيراتها السلبية .

5. وضع مواثيق شرف تضع الأسس الأخلاقية والمعايير المهنية لتداول الصور في وسائل الإعلام الاجتماعي.

المراجع والمصادر

اولا – الأبحاث الغير منشورة

1. أزمور رشيد ، قرار شراء المنتوج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية : دراسة حلاة المستهلك بولاية تلمسان " حول منتوج السيارات " ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، (تلمسان : كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية– جامعة أبو بكر بلقايد :2011) ص78 .

2. فوضيل عدنان ، خطابات الفايسبوك وخطاب المثقف – مقاربة سيمائية ثقافية ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ،(تيزي وزو : كلية الآداب واللغات – قسم الأدب العربي – جامعة مولود معمري، بدون ذكر سنة).

ثانيا – الكتب

1. شاكر عبد الحميد ، **عصر الصورة** ، سلسلة عالم المعرفة – المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (311) ط1(الكويت :2005).

2. عبد الباسط سلمان ، **سحر التصوير : فن وإعلام ، بدون طبعة** (القاهرة :الدار الثقافية للنشر ، بدون سنة نشر)

3. علي شقرة ، **الإعلام الجديد** (شبكات التواصل الاجتماعي)،ط1(عمان :دار أسامة للنشر والتوزيع ،2014) ص75.

4. علي رحومة ، **علم الاجتماع الآلي:** مقاربة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب ، سلسلة عالم المعرفة– المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (347) ط1(الكويت: 2008).

5. صباح ياسين ، **الإعلام الفضائي في الوطن العربي** : تحليل للمضمون والتأثير في النخب والراي العام ، ط1(بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية 2013).

6. صباح ياسين (محرر)، **الاحتلال الأمريكي للعراق : صوره ومصائره** ،سلسلة كتب المستقبل العربي (43)،ط1 ط1(بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية2005)

7. فاطمة القليني –محمد شومان ، **الدعاية والإعلان بعد 11 سبتمبر** ،ط1(القاهرة :دار الكتب الجامعية للنشر والتوزيع ،2006) ص.

8. كامل مراد ، **الاتصال الجماهيري والإعلام** ،ط1 (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،2011)

9. محمد حسام الدين ، **الصورة والجسد** : دارسات نقدية في الاعلام المعاصر ، (ط1(بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية،2008)

10. محمود حسن ،مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، ط1 (القاهرة :الدار العالمية للنشر والتوزيع ،2003)

11. محمود علم الدين ، الصحافة الالكترونية ، ط1(القاهرة : دار السحاب للنشر والتوزيع ،2008) ، ص140-163.

12. مني الحديدي – شريف درويش اللبان ، **فنون الاتصال والإعلام المتخصص** ، ط1(القاهرة :الدار المصرية اللبنانية)

13. هالة البغدادي ، **الصحافيون التلفزيونيون الاخباريون** : القواعد والقيود : دراسة ميدانية مقارنة ، بدون طبعة (بدون مكان نشر : المكتب الجامعي الحديث ،2011)

ثالثا – المقالات والأبحاث المنشورة في الصحف والمجلات الاكاديمية

1. بدون اسم ، " ميمات الإنترنت "، **مجلة تلفزيون الخليج** ، العدد 98، سبتمبر 2014.

2. بلقاسم دفة ،"استراتيجية الخطاب الحجاجي – دراسة تداولية في الارسالية الاشهارية العربية "، **مجلة المخبر** –جامعة بسكرة الجزائر –العدد العاشر 2014، ص512.

3. تانيا الخوري ، " كلنا شهود عيان: ربيع العرب بالصور والحروب الإلكترونية"، **مجلة الدراسات الفلسطينية** ، العدد 88،خريف 2011، ص 124.

4. عادل زيدات ، "بلاغة الصورة بين المقاربة الأدبية والإعلامية "، **مجلة الإذاعات العربية** ، العدد2-2003.

5. عمراني المصطفى ـ الخطاب الإشهاري بين التقرير والإيحاء، **مجلة فكر ونقد** ، عدد 34 ، 2000.

6. فاطمة ابو حية ، ""الكوميكس"..فن ابتكره الشباب ليمزجوا السياسة بالضحك"، **صحيفة فلسطين** ، العدد 2092،17 مارس 2013، ص 23.

7. موسى مشري، "شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية : نظرة في الوظائف"، **مجلة المستقبل العربي،** العدد395، يناير 2012 .

8. نبيل فؤاد – لينا فتحي ، "توظيف الصورة الرقمية في تصاميم الملصق الغذائي " **مجلة الأكاديمي –** جامعة بغداد ، العدد 62.

رابعا –المصادر الموجودة على شبكة الأنترنت

أ. التقارير

1. كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية ، **العالم العربي على الإنترنت 2014: توجّهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية،** (دبي :2014)، موقع الكلية على شبكة الإنترنت، رابط الموضوع

http://www.mbrsg.ae/getattachment/c1781944-d1c8-45d9-9a02-a6462a555e70/The-Arab-World-Online-2014-Trends-in-Internet-and.aspx

2. كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية –نادي دبي للصحافة ، **تقرير نظرة على الاعلام الاجتماعي في العالم العربي 2014،** (دبي :2014) ، موقع الكلية على شبكة الإنترنت ، ، رابط الموضوع

http://www.mbrsg.ae/getattachment/9cea0fcc-9e43-4fba-9f47-ea6d9d16ca8c/Arab-Social-Media-Outlook-2014.aspx

3. هتواير و أكتيف، **تقرير الاتجاهات الرقمية في الشرق الأوسط: 2014 عام التأثر** ، 2014، موقع اكتف ، رابط تحميل التقرير http://www.activepr.biz/digitaltrendsreport/

ب. مواقع الصحف والمجلات على الإنترنت التي أصل ورقي

1. أيهم اليوسف، ""اليوتيوب" صورة الماضي ولسان الحاضر"، **صحيفة أخبار الخليج** ، لم يذكر عدد ، 19 ديسمبر 2012، موقع صحيفة أخبار الخليج على الإنترنت، رابط الموضوع http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/2285bce0-fd2f-4318-a052-8d9234e2e04c

2. بدون اسم ،" أحلام تتربع على عرش الفنانات العرب عبر «انستغرام»"، **صحيفة الوطن الكويتية** ، لم يذكر عدد ، 19 مارس 2015، موقع صحيفة الوطن الكويتية على الإنترنت ، رابط الموضوع http://alwatan.kuwait.tt/articledetails.aspx?Id=424078

3. بدون اسم ، " مصر: توقيف مدير دار للأيتام ظهر في فيديو وهو يضرب أطفالاً"، **صحيفة الحياة** ، لن يذكر عدد ، 4أغسطس 2014،**موقع صحيفة الحياة على الإنترنت** ، رابط الموضوع http://www.alhayat.com/Articles/3967059

3. بدون اسم،" يوتيوب يكشف عن أكثر المقاطع مشاهدة في عام 2014" ، **صحيفة العرب** ، العدد 9765 ، ص 19.

4. حمزة بن حسين ، " شعراء على الفيسبوك: النقد الأدبي يتحوّل إلى «لايك»؟، **صحيفة الأخبار**، ، العدد 2535، 6 مارس 2015،موقع الصحيفة على الإنترنت ، رابط الموضوع

http://www.al-akhbar.com/node/227594

4. شادن الحايك،" الاستعراض الشخصي على مواقع التواصل يدفع سعوديين إلى جراحات التجميل"، **صحيفة الحياة** ، لم يذكر عدد ،6 مارس 2015، **موقع صحيفة الحياة على الإنترنت** ، رابط الموضوع

http://www.alhayat.com/Articles/8057957/الاستعراض-الشخصي-على-مواقع-التواصل-يدفع-سعوديين-إلى-جراحات-التجميل-والاعتناء-المفرط-بالمظ

5. طه الليل ،" سيميولوجيا الخطاب البصري: رهانات الصورة وسطوتها"، **مجلة العربية ثقافتك** ، لم يذكر عدد ،30 مارس 2014، رابط الموضوع

http://www.arabicmagazine.com/arabic/ArticleDetails.aspx?Id=3467

6. غفران مصطفى ،" سِلْفي» أو لا «سِلْفي».. تلك هي المسألة"، **صحيفة السفير** ، 11 ابريل 2014، موقع صحيفة السفير على الإنترنت ، رابط الموضوع

http://www.assafir.com/Article/17/346052

7. فادي الطويل، " إرث شاهين للجميع.. على «يوتيوب»"، **صحيفة السفير** ، لم يذكر عدد ، 4 مارس 2015، **موقع صحيفة السفير على الإنترنت** ، رابط الموضوع

http://assafir.com/Article/212/405521/AuthorArticle

8. كمال الزغباني ،" في الصورة الفايسبوكية بين التقني والإيطيقي"، **مجلة الجزيرة الوثائقية** ،العدد 11،22يونيو 2011، موقع المجلة على الإنترنت ،رابط الموضوع

http://doc.aljazeera.net/DocGallery/Media/Documents/2011/6/22/201162212120216734.pdf

9. كمال عبد اللطيف ،"في قوة العوالم الافتراضية "، العربي الجديد ،،19 مارس، 2015 ، موقع العربي الجديد على الإنترنت ، ،رابط الموضوع

http://www.alaraby.co.uk/opinion/4c125eed-7c4d-42aa-8fe9-2264adc65177

10. محمد معاوية،" الفبركة" تدخل الإعلام في أزمة أخلاقية"، صحيفة الاتحاد ، لم يذكر عدد ، 22 سبتمبر 2014 ، موقع صحيفة الاتحاد على الإنترنت ، رابط الموضوع

http://www.alittihad.ae/details.php?id=82535&y=2014&article=full

11. نورة العطوي ،" «أدلجة الصورة» تستهوي «القطيع» في مواقع التواصل الاجتماعي..!"، صحيفة الرياض ، العدد 16578، 13نوفمبر 2013، موقع صحيفة الرياض على الإنترنت ، رابط الموضوع http://www.alriyadh.com/883442

12. هتاف المحيميد، " بسطات «إنستقرام».. حاسب بأقل التكاليف!" ، صحيفة الرياض ، العدد 16769، 23 مايو 2014، ، موقع صحيفة الرياض على الإنترنت ، رابط الموضوع

http://www.alriyadh.com/937999

13. نايف الحمري ، " سعوديات يحولن « إنستغرام » إلى مذكرة يوميات"، 7 فبراير 2015، العدد 17029، موقع صحيفة الرياض على الإنترنت ، رابط الموضوع

http://www.alriyadh.com/1019635

14. ياسر الغسلان ، " مواقع التفتيش الإلكترونية"، صحيفة الوطن ، 23فبراير 2015،بدون ذكر عدد ، موقع صحيفة الوطن على الإنترنت ، رابط الموضوع على الإنترنت

. http://www.alwatan.com.sa/Articles/Detail.aspx?ArticleId=25215

ج . مواقع الإنترنت والصحف الإلكترونية

1. ألفونسو دو غايتانو،" دراسة جديدة بشأن YouTube في المملكة العربية السعودية"، **مدونة جوجل ارابيا**، بدون تاريخ ، رابط الموضوع

http://google-arabia.blogspot.com/2014/04/youtube.html#!/2014/04/youtube.htm

2. ايلي عبدو ، " عن صورنا الفيسبوكية أو الذات كما نتمناها"، ، 2 مارس 2015، **موقع العربي الجديد** ، رابط الموضوع

http://www.alaraby.co.uk/medianews/2015/3/2/عن-صورنا-الفيسبوكية-أو-الذات-كما-نتمناه

3. بدون اسم ، " إنستغرام"، **موقع موسوعة ويكيبديا** ، بدون تاريخ ، رابط الموضوع

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D8%A7%D9%85

4. بدون اسم ،" القصص المصورة أو الكومكس "، **موقع موسوعة ويكبيديا** ، بدون تاريخ ، رابط الموضوع

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D8%B5%D8%B5_%D9%85%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9

5. بدون اسم ، "سيلفي (الصورة الذاتية)، **موقع موسوعة ويكبيديا** ، بدون تاريخ ، رابط الموضوع
http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%8A%D9%84%D9%81%D9%8A_%28%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D8%AA%D9%8A%D8%A9%29

6. بدون اسم ، " كيف يمكن أن تتحكم الصورة في مشاعر البشر وأحكامهم؟ "، **موقع ساسة بوست** ، 9 مارس 2015، رابط الموضوع
http://www.sasapost.com/how-photo-control-our-mind

7. عبير عبدالرحمن،"الأحساء تدشن تقنية الانستقرام في المجال التعليمي "،صحيفة موطن الأخبار الإلكترونية ، لم يذكر عدد ،18 مارس 1435 ، **موقع صحيفة موطن الاخبار الالكترونية** ، رابط الموضوع
http://mawtenalakhbar.com/news.php?action=show&id=11935

8. صفحة "صوّر ع الماشي- القدس" ، رابط الموضوع ،
https://www.facebook.com/saywJerusalem

9. محمد عبد النبي ، " يوتيوب يكشف عن أكثر مقاطع الفيديو رواجًا عربياً وعالمياً في 2013"، **موقع البوابة العربية للأخبار التقنية** ،11 ديسمبر 2013، رابط الموضوع

http://aitnews.com/2013/12/11/%D9%8A%D9%88%D8%AA%D9%8A%D9%88%D8%A8-%D9%8A%D9%83%D8%B4%D9%81-%D8%B9%D9%86-%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D9%82%D8%A7%D8%B7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%AC/

10. ولاء الشملول ، " أنماط الشخصيات على الفيس بوك (1)"، ، **موقع اتفرج** ،14 نوفمبر 2014، رابط الموضوع

http://www.itfarrag.com/Articles/Details/12358

خامسا – المؤتمرات

1. إبرير اشرير ، الصورة في الخطاب الإعلامي ،بحث مقدم الى الملتقى الدولي الخامس "السيماء والنص الأدبي "،-17 نوفمبر 2008 – كلية الآداب واللغات – قسم الأدب العربي – جامعة محمد خصير – بسكرة –الجزائر.
2. السيد بخيت ، نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي: ورقة مقدمة **إلى المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد .. التحديات النظرية والتطبيقية"** – جامعة الملك سعود، ، 15-16 أبريل 2012م ،الرياض جامعة الملك سعود- الرياض

3. حسام إلهامي ، سميولوجيا التواصل الاجتماعي : دراسة تحليلية لبنية الرموز غير اللفظية على موقع فيس بوك ، بحث مقدم إلى **مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي :التطبيقات والإشكاليات المنهجية** "، 10-11 مارس 2015، كلية الإعلام والاتصال – جامعة الإمام محمد – الرياض.

4. محمد جاسم ولي ، الصورة وتأثيراتها النفسية والتربوية والاجتماعية والسياسية ظن بحث مقدم الى **مؤتمر جامعة فيلادلفيا الثاني عشر: ثقافة الصورة** ، 24-27 أبريل 2007. جامعة فيلادلفيا – عمان –الأردن.

5. نديم منصوري، دور الإعلام التواصلي الجديد في تحريك الثورات العربيّة، بحث مقدم إلى مؤتمر **الانتفاضات العربية: مقاربات سوسيولوجية ومقارنات جغرافية** ، 20-21 مارس 2012- الجامعة الأمريكية – بيروت.

الاتصال المؤسساتي وقضايا التشغيل أي علاقة؟

أ.د: بلقاسم بن روان.

جامعة الجزائر"3" كلية علوم الاعلام والاتصال.

الملخص:

الاتصال المؤسساتي والتشغيل أي علاقة ، إن كليهما مرتبط بالسياسة التنموية للدولة فهذه الأخيرة ، يقع على عاتقها مهمة الاتصال والتواصل مع المجتمع ، بمكوناته البشرية وقطاعاته ، ومؤسساته الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأساسية ، عبر التأسيس للاستخراجية اتصالية ، تروج فيها لسياساتها ، في مجالات الاستثمار الاقتصادي والصحة والتربية ، والثقافة والتشغيل وغيرها من القضايا المهمة والحساسة ، وهي بحاجة لتوظيف كل ما هو متاح لها من وسائل اتصال ، والدولة هي أيضا معنية ، بضمان التشغيل والتخفيف من حدة البطالة ، التي تمس شرائح واسعة من المجتمع ، وخاصة الفئات العمرية الشابة ذكورا و إناثا.

مقدمـة:

إن البطالة التي تفرزها الممارسة الرأسمالية المعتمدة على منطق السوق والعرض والطلب قد تحولت ، في ظل الاقتصاد المعولم ، إلى حتمية لا يمكن التخلص من قبضتها إلا عبر تبني سياسات تنموية عاقلة ورشيدة ، ومتدرجة وشاملة ، تنسق وتربط بين مخرجات مؤسسات التكوين " الجامعي والمهني" ، وما يحتاجه سوق العمل ، أي ما يحتاجه القطاع الاقتصادي من موارد بشرية ، متنوعة ومتخصصة تتجاوب واحتياجاته الفعلية. والسؤال البديهي ، الذي يطرح علينا **هل يمكن الوصول إلى التوفيق والتنسيق بين**

قطاع التكوين الجامعي ، والقطاع الاقتصادي ، حسب تقديري الخاص هذه المسالة هي في غاية التعقيد وتطرح على بلداننا صعوبات جمة، لقد بينت الملاحظات الميدانية بأن مقارباتنا التنموية معطوبة ومشوهة ، وهي مرتبطة كلية بمنطق ومصالح القوى الاقتصادية الرأسمالية التي أوكلت لبلداننا مهمة توفير الثروات الطبيعية والطاقة ، وفي حالات محدودة اليد العاملة المتخصصة ، في ظل هذه العوائق يبقى على الدولة الوطنية ، أن تتبنى سياسة التخفيف من الأضرار بانتهاج سياسات تواصلية هدفها الاعلام والتبليغ بما هو موجود من امكانيات ، وقدرات لصالح العاطلين والطالبين للعمل ، وفي نفس الوقت تبني سياسات ترويجية تسويقية ، للقدرات والأموال التي تصرفها الدولة سنويا عبر الاليات والمؤسسات التي تساعد وتشجع الاستثمار الخاص ، وبعث المؤسسات الصغيرة وتمويل المبادرات الاستثمارية الفردية قصد تشجيع التشغيل ،غير أنه وفي أحيان كثيرة يساء استخدام هذه الأموال ، ويتم تحريفها عن مقصدها الأول أو يستفيد منها ممن هو في غنى عنها.

قبل مناقشة كل هذه المسائل ، لابد من إبداء جملة من الملاحظات المعرفية التي ستساعدنا على موقعة طرحنا في سياقاته الدلالية الحقيقية ، ولا يبقى تحليلنا مبتورا عن محيطه المحلي والاقليمي والدولي ، إن المقاربة النسقية الشاملة والكلية هي التي تسعفنا وتسمح لنا بفهم طبيعة العلاقة بين الاتصال والتشغيل ، فكلا المفهومين " الاتصال والتشغيل" لا يمكن التحكم فيهما معرفيا إذا أغفلنا ربطهما بسياقهم العام والبحث في تمفصلاتهم ، وتفاعلهم مع مختلف الظواهر والقضايا المجتمعية الأخرى ، إننا بحاجة لطرح الأسئلة أكثر مما نحن بحاجة إلى صياغة أجوبة جاهزة، إذ الإشكال اليوم (إشكال الاتصال و التشغيل) هو بحاجة إلى صياغات دقيقة للأسئلة أكثر مما هو بحاجة إلى إجابات عامة أو ناقصة أو مبتورة عن سياقها العام:

- **الملاحظة الأولى:** معظم الاقتصاديات (على الأقل المتقدم منها) تتجه منذ عقدين من الزمن وأكثر باتجاه اقتصاديات مبنية على المعرفة وعلى المعلومات، وعلى البحث العلمي وعلى التطوير التكنولوجي

عوض ارتكازها (كما كان الحال لعقود عديدة سابقة) على المواد الأولية والقوى العضلية والموارد المادية المباشرة وغيرها. " في هذه الحالة نحن مطالبين بإعادة النظر جذريا في منظوماتنا التعليمية والتكوينية " يكفي للتدليل على ذلك أن المضامين المعرفية والعلمية والتكنولوجية ، للعديد من السلع والخدمات المتداولة أصبحت أكثر حجما وقيمة ومساهمة ، من المواد الأولية أو الاستخراجية أو المادية ، التي كانت إلى حين عهد قريب المكون المركزي لذات السلع والخدمات.

- **الملاحظة الثانية:** وتتمثل في أن إحدى مظاهر التحول ، إنما تكمن في الطفرة التكنولوجية الكبرى التي عرفها العالم ، في ميادين الاتصالات والمعلومات وفورة تكنولوجيا السمعي–البصري وغيرها ، والتي أتت بما يسمى بالطرق السيارة للاتصال والإنترنيت بأجياله المختلفة ، والبث التلفزي المباشر عبر الأقمار الصناعية وما سوى ذلك بفضل ثورة الرقمنة وأجهزة إرسال ذات السعة العالية.(1)

-**الملاحظة الثالثة:** تتحول المجتمعات وبصورة غير مسبوقة نحو اعتمادها المتسارع على المعلومات، ولقد وصف "توفلر" في كتابه تحول السلطة هذا الوضع بقوله:"...فالنظام المتسارع الجديد لخلق الثروة ، يعتمد على تبادل البيانات و المعلومات و المعارف،...وهو نظام موغل في الرمزية...إذ لم تكن هناك معرفة يتم تبادلها، لا تكون هناك ثروة جديدة تخلق" (2) فلم يعد هناك من شيء يضمن ارتكاز واستقرار واستمرار الاقتصاد الحديث الموغل في الرمزية ، إلا من خلال قدرته على تحريك المعلومات و المعارف بين فاعليه ، ومن هذا المنطلق تنبع أهمية المعلومات واستخداماتها الاستراتيجية في حياة المجتمعات والأمم، نحن أمام ثنائية معلومات، مجتمع ، أو معلومات مصدرها الدولة كمؤسسة منتجة للمعلومة ومؤسسات مجتمعية وشرائح اجتماعية متلقية ومتفاعلة مع هذه المعلومة.

- **الملاحظة الرابعة:** أثارت ثنائية (معلومات، مجتمع ، مؤسسة) بعض المقاربات الأكاديمية أثبت أن النجاعة والقدرة التنافسية للأي تنظيم اجتماعي أو تنظيم مؤسساتي مرهون بقدرته على حسن إدارة المعلومات.

- **الملاحظة الخامسة:** النظرة الاستشرافية، تتبنى إخضاع وإدارة " بمعنى التسيير" المعلومات بالمجتمع والمؤسسة ، لسيرورة جديدة هي نفسها سيرورة حياة المعلومة، تبدأ بتحديد الحاجة إليها، ثم إلى جمعها ومعالجتها، ثم إلى تحليلها، وإلى توزيعها على مستحقيها ، لتحقيق أهداف المجتمع والمؤسسة، مع مراعاة الطابع القانوني و الأخلاقي في الحصول عليها ، والسؤال الذي نطرحه في هذا السياق ، هل مؤسسات الدولة في البلاد العربية تتبع هذه السيرورة عندما تريد أن تروج للاستثمار أو أن تبلغ على القدرات التشغيلية للدولة ، لصالح العاطلين عن العمل أم أن الأمر لا يتعدى القيام بحملات متقطعة غير منسقة تفرضها ظروف سياسية أو تحت ضغط نزاعات واضطرابات مجتمعية ، ترسل بها الدولة كمسكنات لتعدي وتجاوز حالة الصراع والأزمة.

-**الملاحظة السادسة:** أصبح ينظر للمعلومة كعامل فاعل في أي محاولة لفهم المجتمع والمؤسسة، وهو ما أفضى إلى ميلاد مفهوم الذكاء السياسي في إدارة شؤون الرعية والذكاء الاقتصادي في إدارة المؤسسة هذا الذكاء هو المجسد لسيرورة التفاعل والتقاطع والربط والولاء ، بين الدولة والمجتمع وبين المؤسسة ومحيطها.

-**الملاحظة السابعة:** الشكل الشبكي الذي تتيحه تكنلوجيا الإعلام والاتصال تستطيع الدولة من خلاله ، القيام بدورا أكبر وأداء أحسن لعمليات التواصل مع المجتمع ، وخاصة فيما يتعلق بقضايا التشغيل.

-**الملاحظة الثامنة:** يهيمن على المخرجات الإعلامية العربية عامة ، تغطية النشاطات الحكومية دون الأوضاع الاجتماعية ، فالإعلام بقطاعيه الحكومي والخاص يلهث للحصول على أخبار الساسة من وزراء ومسؤولين ، ونادرا ما يهتم بالقضايا المجتمعية ومنها قضايا التشغيل والبطالة ، التي تعصف خاصة بالفئات الشبابية الحاملة للشهادات الجامعية ، أو الفئات الشبابية التي تسربت من منظومة التعليم في فترة مبكرة من مسارها الدراسي ، إننا بهذه الممارسة للإعلام أمام إعلام حكومي ، وبعيدين عن الإعلام العمومي الذي يقدم خدمة عمومية للمجتمع ، بمختلف انتماء ته السياسية والفكرية ، بالإضافة

إلى تغطية أخبار ومخرجات الإعلام الأجنبي في علاقته بسياسة الدولة ، ويترىع على هذه المهمة الدعائية وليست الإعلامية أو التواصلية ، جهاز تقليدي في الدول العربية اسمه "وزارة الإعلام أو وزارة الإعلام والثقافة" والذي توجد داخل هيكلته إدارة خاصة ، تقوم بمهمة مراقبة وسائل الإعلام (3)، وفي هذا السياق يؤكد عالم الاجتماع أنتوني غدنز "Anthony Giddens أن مضمون الإعلام العربي "حكومي وخاص" لا يحتوي في الغالب على ما يحتاجه الجمهور أو على ما يمكن أن يساعده ، في تكوين شخصية الإنسان الواعي بمشكلات وقضايا وطنه(4).

أولا: ماذا تعنى على العموم كلمة اتصال ؟

إن الاتصال يبدو اليوم كإحدى المعطيات الأساسية لنجاح أي تنظيم اجتماعي مهما كان ، فالتنظيم السياسي " بمعنى الحكومة " ينبغي أن يكون اتصالي لكي يحقق النجاح ، ولتحقيق النجاح ينبغي الانتقال بفضل الاتصال من تسيير الأفراد ، إلى تثمين الأشخاص أي الانتقال من التنظيم العمودي السلمي المبني على تدفق المعلومات من الأعلى إلى الأسفل دون رجع للصدى ، إلى التنظيم المتفاعل ، حيث يتاح لمن هم في أسفل التنظيم من ايصال هواجسهم وآرائهم عن السياسات والمشاريع وغيرها أي الانتقال من التسيّير المركزي إلى التسيير اللامركزي.

1-مفهوم الاتصال:

الفرد منا يقول: قمت باتصال هاتفي اتصلت بالهيئة الفولانية، أقيم أو اقطع الاتصال ب... نجحت في إيصال انطباعي أو أفكاري إلى الطرف الآخر أو لم أنجح في ذلك... إننا إذا جمعنا كل هذه المواضيع المتباينة تحت كلمة اتصال

نجدها تشير في آن واحد:

- للإنتاج المعاني.
- التمثلات" التصورات" الفردية والجماعية.

- نقل وإرسال المعلومات.
- التبادل الواعي للرسائل.
- الوضعيات الاجتماعية المتعددة المؤسسة للدخول في علاقة أو تقاسم موقف أو معاني.

وللاتصال شروط هي:

- الاختلاف والتمايز.
- حركة طرف اتجاه طرف آخر.
- الرموز واللغة المشتركة.
- التفاعل، من المهم أن يشارك الآخر.

ومن الصعوبة حصر على نحو صارم مفهوم الاتصال داخل أي تنظيم سياسي، إداري، اقتصادي، ثقافي، طالما أن هذا الأخير يحيل في الميدان إلى حقائق ومجالات فعل أو أفعال مختلفة جذريا يمكن ترتيبها بشكل مختصر في أربعة أنواع:

-**العلاقات بين الأشخاص داخل التنظيم** : تبدأ من قضايا الاستثمار إلى قضايا التشغيل ، إلى مشاكل التوظيف والتحفيز ، إلى علاقات السلطة وكيفية ممارستها ، إلى ردود وانطباعات الفاعلين المنتمين للتنظيم ، منتهية بالتنظيم المجالي لمكان العمل.

-**توزيع ، دوران وتقاسم المعلومات** ، وكيفية تبليغها للطالبين لها أو المنتظرين لهذه المعلومة التي يتوقف عليها سلوكهم ، وطبيعة القرارات التي يتبنونها ، بلورة الإجراءات العملية لنشر المعلومات و أنجع الوسائل الإعلامية الحاملة لها.

-**ما يدخل في نطاق المانجمنت** أي الذكاء الاتصالي العقلاني الذي يميز أو يتميز به المرسل أو المصدر، وفي حالة التشغيل ، هي كل الجهات الحكومية التي تبلغ وتتصل بمن هم في حاجة للمعلومات

في ميدان التشغيل ، ويدخل هذا النوع من الاتصال في الاستراتيجية العامة للاتصال المؤسساتي ، الذي يقع على عاتق الدولة ، وهي ملزمة بالقيام به كواجب حكومي وكحق من حقوق المواطن.

-**ما يدخل في نطاق الاتصال بالمتلقي** وما تحمله المضامين المختلفة من رسائل ذات علاقة بالتشغيل ، وكذا طرق نشرها والترويج لها ، وهذه المهمة تقع على عاتق المؤسسات الحكومية ، وتندرج ضمن مهام ووظائف الاتصال المؤسساتي.

2-الإعلام والاتصال:

هناك فرق جوهري بين الإعلام والاتصال ، وقد أثبتت الملاحظات الميدانية والمتابعة اليومية للمضامين الإعلامية الحكومية التي تتعرض لقضايا التشغيل ، استخدامها الخاطئ للمفهومين " الاعلام والاتصال " باعتبارهما مترادفين ولهما نفس الدلالة ، في حين أن الفرق بينهما كبير ، وهو يعكس الطبيعة السياسية للنظام الاجتماعي ، ففي حالة الاعلام الحكومة ، تقدم معلومات ولكن لا يعنيها رد فعل مستقبل المعلومة إذن بهذه الممارسة السياسية هي حكومة لا تستمع ، ولا تتبني آليات الاستماع والإصغاء للمجتمع أو للفئة المعنية بالمعلومة ، أما في حالة الاتصال فيعني ذلك أن الحكومة ، تقدم المعلومة وتنتظر رد فعل مستخدم المعلومة ، الذي بتجاوبه يمكنها من تعديل سلوكها الإتصالي ، ونوعية وكمية المعلومات المعروضة ، في هذه الحالة نحن أمام نظام اجتماعي ، له قدرة على الاستماع والإصغاء ، ولا يخاف من الرأي المعارض والمخالف أو المطالب بالتعديل إنه نظام اجتماعي وسياسي ، أسس للآليات الحوار بين الفرقاء الاجتماعين ، والسؤال الواجب طرحه في هذا السياق ، كيف تمر وتعبر مجتمعاتنا ، من حالة الحق في الاعلام إلى حالة الحق في الاتصال ، ونؤسس لدولة تستمع وتتجاوب مع قضايا المجتمع وعلى رأسها قضية التشغيل ، والتخفيف من آفة البطالة ، وكنتيجة أولية يمكن قبولها في سياق هذا الطرح أنه لا إعلام بدون اتصال ، وفي الواقع فإن الاتصال ما هو في حقيقة الأمر إلا امتدادا للإعلام ، فالإعلام محتوى والاتصال علاقة، إن الخلط بين المفهومين يحدث لدينا عطبا معرفيا على المستوى النظري

والأكاديمي ، و كذلك على مستوى الممارسة اليومية للفعل الإعلامي ، وهذا ما يجب التأكيد عليه والتنبيه إليه ، وخاصة بالنسبة للقائم بالاتصال المؤسساتي ، في المستويات الحكومية المعنية بالتشغيل.

3-المعلومة وإدارة التشغيل:

الإدارة الجيدة للمعلومات والتحكم فيها ، يسهم في الإدارة الجيدة لملف التشغيل من لدن الإدارات العمومية المعنية بقضايا التشغيل ، وبلغة الرياضيات، نجد أن العلاقة بين فعالية ومصداقية الإدارة العمومية و المعلومة ، هي عبارة عن علاقة متعدية يتوسطها القرار وخاصة القرار السياسي، حيث أن القرار الرشيد والعاقل ضروري للنشاط السليم للإدارة ، فهو أساسي لوجودها واستمرارها ، لكنه يعتمد بالدرجة الأولى على المعلومة الصحيحة و المناسبة التي تعمل الإدارة على جمعها عبر مختلف آليات الاتصال المؤسساتي مثل "التحقيقات ، استطلاعات الرأي ، المقابلات وغيرها" ، ثم معالجتها وتسهيل الحصول عليها من قبل الطالبين لها، و عليه يمكن القول أن نشاط وديمومة الإدارة العمومية المعنية بإشكالية التشغيل ، إنما يرتكزان على المعلومة ، و جودة تدفقها وعمليا تعتبر المعلومة في "الإدارة المسؤولة عن ملف التشغيل" ، معطى معرفي ، يحتمل أن :

1- يتم ترميزها من أجل الحفظ "الأرشفة" قصد التأسيس لتراكم معلوماتي ومعرفي متخصص في التشغيل.

2- تتم معالجتها للاستغلال في العمل اليومي عند معالجة ملفات التشغيل.

3- يتم توصيلها ، كأن تكون محل نقل و إبلاغ ، واتصال ، وتأثير في العلاقات العامة مع المحيط الخارجي ، و بهذا المعنى المعرفي نجد أن المعلومة مرتبطة بمجموعة من المعارف المتنوعة ، لها دور أساسي في جميع مراحل اتخاذ القرار، ونجد للمعلومة ثلاث وظائف مرتبطة بعملية اتخاذ القرارات، وهي:

-قبل اتخاذ القرار: من حيث حداثتها، دقتها، ملاءمتها، صحتها.

-بالموازاة مع القرار: نقله للفاعلين بحيث يكون مفهوما، مقبولا، مطبقا ، وهنا يصبح القرار في حد ذاته عبارة عن معلومة أو رسالة للاتصال أي مادة جديدة للاتصال.

-أثناء المتابعة: فالمعلومة هنا، تسمح بالقياس القبلي لفعالية القرار.(5)

4-مهارات القائم بالاتصال في مجال التشغيل:

-**مهارات التحدث:** وهو الاهتمام بمحتوى الحديث ومضمونه ، ومراعاة الفروق الفردية بين الأفراد ، واختيار الوقت المناسب للحديث ، ومعرفة أثره على الآخرين.

-**مهارات الكتابة:** وهي تدريب القائم بالاتصال على الكتابة الموضوعية الدقيقة ، وتجنب الأخطاء الهجائية والإملائية ، وهذا يتطلب تطوير التفكير ، وزيادة حصيلة معلوماته اللغوية ، وترقيه أسلوبه في الكتابة.

-**مهارة القراءة:** القدرة على قراءة الأحداث المجتمعية ، والخروج بالنتائج الصحيحة التي تبنى عليها الرسائل المستقبلية وهذا يكون عبر استخدام آلية "اليقظة الإعلامية" (6) « La veille médiatique » التي هي عبارة عن مصلحة إدارية متكاملة ، يعمل بها مختصون في الإعلام والاتصال والاقتصاد والاجتماع ، تقوم بتصفح وقراءة كل ما تكتبه وسائل الاعلام ، والقيام بحوصلة عامة ، وانتقاء مايعني المؤسسات الحكومية من معلومات متعلقة بالتشغيل.

-**مهارة الإنصات:** تطوير هذه المهارة لدى القائم بالاتصال ، حتى تتحول لديه كسلوك مهني ، ومسألة الإنصات هي الأخرى إشكال كبير ، ومع الوقت تحولت إلى ذهنية وسلوك مجتمعي يعيق بدرجة كبيرة سيرورة الاتصال ، فالمسؤول والمدير وحتى الوزير والحاكم لا يسمع إلا لنفسة ، أو لبطانة المصالح التي تحاصره ، ولا تريه وتعلمه إلا بما ترى ، وما يندرج في مصالحها الضيقة ، وفي المقابل نجد المجتمع بفئاته المختلفة وخاصة فئة الشباب المتعلم ، فقدت الثقة في مؤسسات الدولة ، ويصعب إقناعها أو التواصل معها ، كونها ترفض أن تصدق ما يقال لها ، وتعتبر أن إعلام السلطة هو إعلام مضلل ومراوغ.

- **مهارة التفكير:** وهي سابقة أو ملازمة أو لاحقة لعملية الاتصال ، وتعني فيما تعني المعرفة والدراية العلمية بالكيفيات التي يقرأ بها جمهور وسائل الإعلام الرسائل ، وكيفيات الاستجابة لها والرد عليها ، إن الجمهور بطبيعته غير متجانس في تركيبته وانتماءاته ، وعلى القائم بالاتصال أن يأخذ هذه المسألة في عين الاعتبار عند تواصله مع المجتمع ، إن قضايا التشغيل لا تطرح بنفس الحدة والصعوبة عند النساء كما تطرح عند الرجال ، ولا تطرح بنفس الطريقة عند الجامعين كما تطرح عند من لا يحملون شهادات ، أو عند الذين لهم أسر وتم تسريحهم من مناصب شغلهم لضرورات اقتضتها الأوضاع الاقتصادية للمؤسسة المشغلة.

-**زيادة مهارة القائم بالاتصال في استخدام وسائل الإعلام:** ويقتضي التعامل مع وسائل الإعلام بالدرجة الأولى ، تنمية ملكة التفكير النقدي ، وكذلك فهم آلية عمل وسائل الإعلام " كيف تعمل " من خلال التكوين على شؤون الإنتاج التعرف ، وعلى التقنيات الموظفة والمستخدمة في الإبداع التي تخلق الأثر الحقيقي على المتلقي ، التساؤل حول الأثر والتضليل الممارس من قبل وسائل الإعلام ، كأجهزة ايديولوجية ، إن الوصول إلى هذا المستوى وهذا القدر من المعرفة ، يتطلب تنمية وتطوير التفكير النقدي لدى القائم بالاتصال ، أي تطوير مهارات التحليل والتفسير والفهم ، والقدرة على تقييم المحتوى ومقارنته بغيره من المحتويات ، حتى يصل القائم بالاتصال لقناعات عاقلة واعية يوظفها في تواصله مع الفئات الاجتماعية المعنية بالتشغيل.

-**تدعيم شبكة الاتصالات غير الرسمية بأكبر قدر من الحقائق والمعلومات:** وذلك لتقليل من الشائعات، التي تزدهر في ظل نقص المعلومات، وفي حالة الأزمة.

-تقييم نتائج الاتصال: وذلك للتأكد من تحقيق أهداف الاتصال وهذا التقييم هو المدخل لتطوير وتحسين الاتصال المؤسساتي مستقبلا.(7)

5-رسالة التشغيل الناجحة:

الرسالة الاتصالية في مجال التشغيل ، هي جوهر العملية الاتصالية في مجال الاتصال المؤسساتي ، وحلقة الوصل بين المرسل "الحكومة" والمستقبل "الفئات الاجتماعية الباحثة عن فرص للعمل" ، فلا يمكن أن تتم عملية الاتصال بدونها، ولا بد من توفر بعض الخصائص في الرسالة الاتصالية ، حتى تفي بالغرض المطلوب ، ومن خصائصها أن تكون رسالة التشغيل:

– **غير متحيزة:** لا لبس فيها وأن تقول الحقيقة ، حتى تنفذ إلى القلب والعقل، وتؤدي إلى تغير في معلومات واتجاهات وسلوك مستقبل الرسالة.

–**صحيحة:** سلامة لغة الرسالة الاتصالية ، واختيار الكلمات الصحيحة ، ووضعها في جمل صحيحة وفقرات معبرة.

–**واضحة:** أن يكون معنى الرسالة الاتصالية واضحاً ، بحيث لا يكون هناك أدنى امكانية لسوء الفهم، وهذا يتطلب فحص كل كلمة وجملة وعبارة من عبارات الرسالة ، حتى تكون مفهومة لدى المستقبل.

– **كاملة:** أن تعطي الرسالة معنى كاملا عن طريق تزويد المستقبل بمعلومات وفيرة تجيب عن جميع أسئلته ، وتوضح الهدف الاتصالي ، وهذا يتطلب من المرسل أن يحلل جمهوره ويعرف سماتهم ، الديمغرافية والاجتماعية حق المعرفة.

–**التكرار:** على القائم بالاتصال أن يعي بأن المتلقي للرسالة، قد لا يفهم رسالته من أول مرة لذا يتطلب الأمر أحيانا تكرار رسالته أكثر من مرة، حتى يعطي صورة كاملة عن الهدف المرغوب من الاتصال.

– **مختصرة:** على القائم بالاتصال أن يوجز، ويكون الإيجاز بحذف المعلومات التي لا تسهم في تحقيق هدف الاتصال، وتجنب الحشو الزائد والإطناب.

–**لطيفة:** يجب على القائم بالاتصال أن يستخدم الكلمات الطيبة، التي تضفي جواً من التقدير والمحبة على سياق الاتصال.

-**ملموسة:** على القائم بالاتصال أن يستخدم مضمونا واقعيا وكلمات محسوسة عند تواصله باعتبارها أكثر تحديداً للمعنى من الكلمات المجردة.(8)

ثانيا: الرصد كآلية اتصالية لقضايا التشغيل:

الدولة لها إمكانية توظيف مؤسسات الرصد "في حالة وجودها أو التفكير في بعثها " كآلية اتصالية لقضايا التشغيل ، حتى تكون أكثر دراية بواقع التشغيل وتقاطعاته مع بقية القطاعات ، الاقتصادية والتربوية والتعليمية ، وتجلياته وتداخله ، مع ظواهر وأنساق مجتمعية أخرى ، ولكن بمجموعة من الشروط يستوجب على كل راصد ، أن يلتزم بها ويمكن اختصارها في العناصر الآتية:

1-وضوح أهداف الرصد: أي أن نعرف لماذا نقوم بهذا الرصد ، ومن هي الفئات الاجتماعية المراد رصدها والتي ثمة حاجة للتكفل بقضاياها في مجال التشغيل ، أو بعبارة أدق من هي الفئات التي تعاني من البطالة ، وباحثة عن العمل " الفئات العمرية – الجنس – المستويات التعليمية – الخبرات المهنية – الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية – انتماءات حضرية أم ريفية.

2-المقاربة العلمية للرصد: تلازم وتناسق الإشكالية البحثية للرصد " التشغيل " مع المنهجية المتبعة ، الاستبيان وسبر الآراء لرصد الاحتياجات وتحديد المعنيين بالتشغيل ، تحليل المضمون لتحليل ردود أفعال المعنيين بالرصد ، وفي هذه الحالة العاطلين عن العمل هم المعنين بالتحليل وبضرورات معرفة آراءهم ، حاجاتهم ، رغباتهم ، انطباعاتهم عن السياسات الحكومية ، في حقلي الاستثمار والتشغيل ، المقابلة للتعرف السريع والاني عن جدوى الإجراءات المنتهجة ، من لدن الحكومة ، للتخفيف من حدة البطالة وفتح افاق التشغيل أمام طالبيه.

3-الكفاءات العلمية والرصد: للكفاءات المشرفة على الرصد أهمية قصوى في الوصول إلى نتائج علمية مفيدة نظريا وعمليا ، لذا من الضروري أن تكون التركيبة البشرية للفريق المشرف على الرصد تضم ، خبراء في الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس ، وخبراء في الاقتصاد والحاسوب ، وأن لا يدار

رصد التشغيل من قبل إداريين يتعاملون معه كبقية الملفات الروتينية التي تتم معالجتها بطرق بيروقراطية..(9)

ثالثا: مؤشرات الأزمة في علاقاتها بالتشغيل:

المجتمعات العربية تعيش أوضاعا اقتصادية ، واجتماعية ، وسياسية في غاية التعقيد، أوضاع تهدد حاضرها ومستقبل الأجيال القادمة ، أوضاع يصعب تخطيها إذا استمرت الدول العربية بنفس المقاربات التنموية ، التي تتجاهل الإنسان ولا تتحدث إليه ولا تتحدث معه ، وتتجاهله عندما تفكر وتخطط ، وتنفذ المشاريع ، الاقتصادية والاستثمارية التي تعني حاضره ومستقبله ، ولا توظف تقنيات التسويق والتواصل لما تقوم به من جهد تنموي ، معتقدة بأن المواطن لا تعنيه معرفة التفاصيل ومناقشتها ، بل تعنيه النتائج إن هذا النوع من التفكير أصبح غير فاعل وغير مجدي وغير مقبول ، ولا يتماشى وذهنية الأجيال الحالية التي تقضي معظم وقتها ، ملتصقة بأجهزة الاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي ، وعليه وحتى تكون هناك جدوى حقيقية من كل هذه المشاريع ، دولنا مطالبة بإعادة تموقع جديد ، وإعادة النظر في طرق تواصلها واستراتيجياتها الاعلامية حتى تسطيع ، أن تواجه العديد من القضايا الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية التي تواجهها ولها انعكاساتها السلبية والخطيرة ، على السلم والاستقرار الاجتماعي في ظل أوضاع إقليمية ودولية معادية تتبنى زرع الفتن والخلافات في أوطاننا ، بهدف مزيد من الهيمنة ومزيد من الاستغلال والإذلال لبلداننا ولمواطنينا. إننا في حاجة إلى وعي وانتفاضة و في نفس الوقت إلى هبة أخلاقية ، لمواجهة خطورة ثالوث البطالة ، والفقر ، والفساد بكل تجلياته السياسية والاجتماعية ، وأيضا مواجهة الزواج الحرام للمال الفاسد بالسياسة ، إن تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2009 يؤكد" بأن البلدان العربية ستحتاج بحلول سنة 2020 إلى 51 مليون فرصة عمل جديدة ، والسؤال البديهي هل دولنا جاهزة لتحقيق ذلك ، مع أنها و لحد الساعة في خططها التنموية المحتشمة تتبنى نفس المقاربات التي:

-تركز على المقاربات الماكرو اقتصادية.

-تفتقر لسياسة تجعل من الفرد محور اهتمامها " لقد فشلت الدول العربية مجتمعة فشلا ذريعا في بناء الإنسان" ، الدول الرأسمالية الغربية رغم ظلمها واستغلالها الفاضح ، ولكنها جعلت من الإنسان ، محورا للتنمية ، فاستطاعت عبر نظامها الرأسمالي المعولم بناء الفرد الانسان ، أي بناء المواطن الذي يطالب بحقوقه بصورة قانونية وبدون عنف ولا خوف من استبداد الحاكم ، وفي نفس الوقت يلتزم بأداء واجباته تجاه مجتمعه دون رقيب ، إلا رقيب الضمير.

-سوء استعمال وتقدير الثروات.

-ضعف في البنى الاقتصادية.

-الأرقام المعلنة عن انتشار ظاهرة البطالة في العالم وفي الدول العربية تثير المخاوف، فهناك ، مليار عاطل في الدول الفقيرة ، بينهم أكثر من 16 مليون عربي.

-مليون ونصف المليون شخص ينضمون إلى طابور العاطلين عن العمل سنوياً في الدول العربية، و الأمية وتدني المستوى التعليمي، وضعف الأداء الاقتصادي وسوء سياسات التنمية الاقتصادية، وعدم مواكبة السياسة التعليمية والتدريبية لمتطلبات سوق العمل هي الأسباب الرئيسة لهذه الأوضاع.

وحسب البنك الدولي تبدو الآفاق متوسطة الأجل ، لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا قاتمة على وجه الخصوص ، بالنظر لتأثير الأزمات التي تجتاح المنطقة، حيث ألحقت الضرر بأكثر من عشرة ملايين مواطن ، وتقدر دراسة تحليلية للأثر أجراها البنك الدولي "أن الصراعات والتوترات الإقليمية في مصر وتونس وسوريا واليمن وليبيا، بما لها من آثار غير مباشرة على لبنان والأردن، قد كلفت المنطقة زهاء 168 مليار دولار في السنوات 2011 – 2013 ، أو ما يعادل 19 في المائة من إجمالي ناتجها المحلي مجتمعة ".(10)

أما التقرير الثاني لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ، بعنوان "تحديات التنمية في الدول العربية 2011" فيرى بأن الدول العربية تحتاج إلى نموذج جديد للتنمية ، لا ينظر فيه للاستقرار من منظور أمني محض ولا ينظر فيه إلى التقدم من منظور منفعة السلع والخدمات، بل من منظور القدرات الجوهرية ، التي يتمكن من خلالها الفرد أن يعيش حياة كريمة يشعر فيها بدوره الحقيقي ، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال نموذج الدولة التنموية، التي لا تعتمد على الريع، ولا على إنتاج مجموعة من السلع الأولية، أو تلك السلع والخدمات ذات القيمة المضافة المتواضعة. كما أن الدولة التنموية في حاجة إلى رقابة حقيقية ومساءلة ، ويرصد التقرير تحديات التنمية في المنطقة العربية من خلال مجموعة من المؤشرات نذكر منها:

-اعتماد المنطقة على النفط في أدائها التنموي، وهو ما جعل مشروعها التنموي عرضة لتذبذبات سوق النفط، فضلا عن الطبيعة الريعية التي اتسم بها الأداء التنموي في الدول العربية، سواء في الدول الخليجية أو الدول متنوعة الدخل أو الأقل نموا.

-لا يزال معدل البطالة بالدول العربية أعلى من المناطق النامية الأخرى، وبخاصة بين الشباب والنساء .

-يرجع التحسن في معدلات البطالة في دول المنطقة لقبول القوى العاملة لفرص عمل بأعداد كبيرة بالقطاع غير الرسمي والذي يتسم بظروف عمل غير لائقة وغير إنسانية .

- في مجال العمل الدول العربية مطالبة في عام 2030 وبدون الدول الخليجية بتوفير 92 مليون فرصة عمل، أي أنها تحتاج إلى حجم استثمارات سنوي يقدر بنحو 220 مليار دولار، وهو ما يعادل نسبة 50% من ناتجها المحلي.(11)

المراجع والهوامش:

1- يحيى اليحياوي ، مداخلة بالندوة الفكرية "التعليم العالي والتحديات التكنولوجية: سؤال الجامعة الافتراضية العربية"، الاتحاد العام للطلبة العرب، الاتحاد العام لطلبة المغرب، الرباط، 27 يونيو 2003، جريدة العلم، 10 غشت 2003.

2- ألفن توفلر، تحول السلطة بين العنف و الثروة و المعرفة، ترجمة فتحي بن شتوان ومراجعة نبيل عثمان، الدار الجماهيرية للنشر و التوزيع و الإعلان، مصراتة، ليبيا ،1992 .

3- المنتدى العربي حول المرأة والإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة: نحو إعلام عربي منصف للمرأة ، مراكش:18-19 فبراير 2014 " الرصد والميديا والنوع الاجتماعي: أي علاقة د .جمال زرن معهد الصحافة وعلوم الأخبار /تونس.

4- أنتوني غيدنز عالم اجتماع إنجليزي معاصر، اشتهر بوضعه لنظرية الهيكلة سنة 1984، كما عرف بنظرته الكلايانية إلى المجتمعات المعاصرة. يعد غيدنز أحد أبرز علماء الاجتماع المعاصرين. من مؤلفاته "الطريق الثالث: تجديد الديمقراطية الاجتماعية" (1998) و"نقد معاصر للمادية التاريخية".

5- Magali Boursier, Gestion administrative : organisation, information communication et optimisation des tâches, La documentation française, Paris, 2006.

6- Merino (Muriel), l'obligation d'informer dans l''action administrative, presses universitaires d'Aix-Marseille, Marseille, 200

7- الترجمة: "اليقظة الإعلامية" تتمثل في مراقبة ما تنشره وسائل الإعلام من مواضيع لها علاقة بالأحداث الجارية وقد تكون في شكل ملخصات قصد تعميق الفهم أو عبارة عن تفكيك لحدث

شمله اهتمام وسائل الإعلام ، وقد يتم توجيه اليقظة الإعلامية ودمجها مع آليات أخرى لليقظة تدخل معها في عملية تنافس.

8- بلقاسم بن روان ، دروس في الاتصال التنظيمي ، كلية علوم الأعلام والاتصال ، جامعة الجزائر "3"، السنة الجامعية 2013 ، السنة الثالثة طلبة المدرسة العليا للقضاء.

9- مشروع الرصد الإعلامي العالمي: من الذي يصنع الأخبار؟ راجع التقرير الكامل لمشروع الرصد الإعلامي العالمي لعام 2010. http://www.whomakesthenews.org/ .

10- http://www.albankaldawli.org/ar/region/mena/overview المجلة الإلكترونية للبنك الدولي " الشرق الأوسط وشمال افريقيا عرض عام" 2014 /01/10

11- http://www.aljazeera.net/knowledgegate/books

عرض: عبد الحفيظ الصاوي: "تحديات التنمية في الدول العربية 2011

قراءة في نظرية الحرية؛ حرية للإعلام أم للتعبير؟

منـــال كبور

قسم علوم الإعلام والاتصال – جامعة باتنة

مقدمة:

يحدد النظام الذي تدور وسائل الإعلام في حركته تأثيرها على جمهورها، لأن من شأن طبيعته أن تشكل صورتها الذهنية لدى المجتمع، وقد كون الأخير فعلا صورته عن وسائل الإعلام في ظل النظام الإعلامي السلطوي، قضت بأن ولاءها الأول للسلطة أو الدولة وأن حريتها في التعبير عن قضايا الناس ومشاكلهم محدودة جدا، مما دفع به إلى التمرد على كل الأفكار السلطوية، ما أدى –بعد ذلك– شيئا فشيئا إلى ظهور الفكر السياسي الحر؛ أو ما يعرف بنظرية الحرية.

ما هي منطلقات ومبادئ هذه الأخيرة؟ عن أي حرية تتحدث؟ ما هي إيجابياتها وسلبياتها؛ أو بالأحرى النقد الذي وجه إليها؟

إطلالة تاريخية

عاشت أوروبا في القرون الوسطى عصورا مظلمة اتسمت بالجهل، التخلف، الاضطراب، والفوضى نتيجة سيطرة الكنيسة والحكام الدكتاتوريين على الأفكار والمعتقدات.[119] ثم تطورت الأحداث لميلاد فلسفة تنادي بالحرية، باتت ملامحها جلية في كل من بريطانيا وأمريكا. مثلت، في ذلك، الدعوات الجديدة – أواخر القرن السابع عشر وأوائل القرن الثامن عشر – التي أعلنها **جون ميلتون John Milton، جون**

[119] - عبد الله بدران: **الخبر الصحفي؛ في منهج الإعلام الإسلامي**، سورية: دار المكتبي، ط1، 2002، ص 55.

لوك **John Locke**، **فولتير** *Voltaire*، **جون جاك روسو Jean-Jacques Rousseau**، و**جون ستيوارت ميل John Stuart Mill**،[120] العامل الفلسفي الذي اتحد مع نظيره السياسي[121] المرتبط بالأوضاع السائدة في أوروبا بعد فرض الحصار على الصحافة وظهور القانون الفرنسي لحريتها سنة 1881، والذي ألغى الترخيص والرقابة على كل ما ينشر كما حدد الجرائم الإعلامية.[122]

تعد الجهود المتصلة للفلاسفة الدعامة الأساسية والأولى للأفكار المتعلقة بالتنظيم السياسي والاجتماعي للدولة الحديثة التي يأخذ الفرد فيها دوره وحقوقه الطبيعية كإنسان.[123]

ذاعت أفكار **ميلتون** (1608 – 1674) في القرن السابع عشر، تقضي بأن الحرية التي فوق الحريات جميعا، هي أن تعرف وتقول ما تعرف دون أي قيد، وتنادى بضرورة احترام الرأي المخالف، ولو مثله فرد واحد، لأن الحقيقة لا تضمن لنفسها البقاء إلا إذا تقابلت مع غيرها من الحقائق في وضوح واستقلالية تامة.[124] كما نشر مقالاته النقدية الشهيرة Aeropagitica التي تعتبر حتى هذا اليوم أهم الكتابات دفاعا عن حرية التعبير والكلمة وتوضيحا لمعانيها، فلأول مرة سنة 1644 يتم التنديد بالرقابة والرخص الحكومية التي يفترض فيها أن تسبق كل منشور.[125] جاء في هذه المقالة: "إنه من غير المنطقي أن نفترض أن أية حكومة تستطيع إرضاء جميع الناس، أو أن أي شيء تقوم به، الحكومة، سوف يحقق العدالة، ولكن إذا كان لدى الناس حرية الحديث والكتابة عن سياساتها، وإذا كان من يحكمون يرغبون في الاهتمام بهذه الكتابات، فإن النتيجة المنطقية ستكون تحسن أداءها وتحقيق الرغبات".[126]

---

[120]- حسن عماد مكاوي: **أخلاقيات العمل الإعلامي**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط3، 2003، ص 66.

[121] - تولدت الأوضاع السياسية نفسها تأثرا بالعامل الفلسفي.

[122] - زهير إحدادن: **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**،   ، ب ط، 2002، ص 40.

[123]- تيسير أبو عرجة: **دراسات في الصحافة والإعلام**،   ، ص 263.

[124] - حسن عماد مكاوي: المرجع نفسه.

[125] - فريال مهنا: **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، لبنان: دار الفكر المعاصر، 2002، ص73.

[126] - حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص66.

يعتبر **لوك** (1632 – 1704) أحد مؤسسي المذهب الحري الجديد أيضا، فهو يذهب إلى أن للإنسان حقوقا مطلقة لا يخلقها المجتمع وأن الطبيعة تقوم على الحرية، فالعلاقة الطبيعية بين الناس هي علاقة كائن حي بآخر مآلها قطعا المساواة، ولذا تظل العلاقات الطبيعية باقية بغض النظر عن العرف الاجتماعي باعتبارها تقيم بين الناس مجتمعا وقانونا طبيعيين سابقين على ذينك المدنيين، وعلى هذا يصبح حقهم محصورا في تنمية حريتهم والدفاع عنها وعن كل ما يلزم منها من حقوق كحقي الملكية والحرية الشخصية وحق الدفاع عنهما.[127] شكلت أفكار **لوك** "الأساس الذي قامت عليه المدرستين الفردية والنفعية وما يعرف باسم الديمقراطية التقليدية التي تمثل نوع التنظيم السياسي المرتبط بالنظام الرأسمالي".[128]

يشار إلى أنه نشر سنة 1690 رسالتان في الحكم بهدف الدفاع عن الثورة الإنجليزية وإيجاد التبرير النظري لما حققه،[129] ككتاب "المعالجات" الذي دعا فيه إلى نقل سلطة الملك الذي يستخدم الحق الإلهي إلى البرلمان الذي يمثل الشعب، مستعيرا في ذلك نظرية "الدمج الاجتماعي"[130] عن **توماس هوبز** **Thomas Hobbes**،[131] مبررا بها ثورة البرلمان الإنجليزي سنة 1688، إذ أضفى عليها المشروعية

127 - يوسف كرم: **تاريخ الفلسفة الحديثة**، مصر: دار المعارف، ط5، 1969، ص 151.

128 - تيسير أبو عرجة، مرجع سابق، ص 294.

129 - المرجع نفسه، ص 294.

130 - تقوم هذه النظرية على افتراض أنه في وقت ما من التاريخ، أدرك الناس أن تعاونهم في العمل يمكن أن يوفر لهم حياة أفضل من المتاحة في دولة الطبيعة حيث كانت الأسرة تضطر للقيام بكل الأعمال التي تبقي عليها؛ ففي الدولة الأخيرة تكون السيادة لقانون وحيد هو "قانون الغابة" الذي يتيح الحياة للأقوى أو الأذكى فقط ثم عند نقطة ما من التطور يتعب الناس من المعيشة وفق هذا القانون، ويضطرون إلى التخلي عن جزء من استقلاليتهم مقابل الحصول على الأمان. هذه الاتفاقات أو الدمج الاجتماعي عبارة عن مؤشرات لبداية المجتمع المنظم وظهور الحكومات، يتنازل الفرد عن بعض الحقوق لتكوين الحكومة القوية، حتى يسيطر المجتمع على الأنانية والعنف، أنظر: حسن عماد مكاوي: المرجع نفسه، ص 43، 44.

131 - تيسير أبو عرجة، المرجع نفسه، ص 294.

بأن جعلها حقا للشعب أو ممثليه في حال أخل الحاكم بشروط العقد المبرم بينهما،[132] وقد توسع فيها من خلال مؤشرين:

أولا: ضرورة اعتماد الحكومة على الدستور كوثيقة تحدد بوضوح سلطاتها ومجالاتها.

ثانيا: لا يجب أن يفرط الناس في كل حقوقهم الشخصية التي تمتعوا بها في "دولة الطبيعة"، لأنه قد تكون الحياة في مجتمع الغابة صعبة، ولكن مع ذلك، فإن بعض جوانب الحرية فيها لا ينبغي أن تكسبها أية حكومة.

وعليه، قسم **لوك** سلطة الحكومة إلى أجزاء ثلاث، هي:

1-مجلس تشريعي منتخب، يتمتع بسلطة من القوانين.

2-فرع تنفيذي لهذه القوانين والتشريعات لتكون مؤثرة.

3-آخر قضائي له سلطة الفصل في القضايا وتحقيق العدالة.

تحمي هذه السلطات الحكومية مكتسبات الناس الشخصية والطبيعية الممنوحة من قانون الطبيعة، كما يحق لهم مقاومة المسئولين الذين يسيئون استخدام سلطاتهم التي يخولها لهم القانون.[133]

انتشرت أفكار **لوك** تدريجيا في إنجلترا والمستعمرات الأمريكية خلال القرن الثامن عشر، ثم امتدت في أواخره إلى فرنسا، بما أدى إلى إحداث تحول في الفكر السياسي، إذ لم تعد السلطة تتدفق من الأعلى إلى الأسفل، ولم يعد مطلوبا من المواطنين الطاعة العمياء. كما أصبحت في بعض أجزاء العالم العربي في يد الشعوب، وجاء حقهم في اختيار الحكام وتنحيتهم عند إساءتهم استخدامها، حتى امتد ذلك إلى الاعتراف بالحق في انتقاد المسئولين، حيث تغير الحق الإلهي في مناطق العالم إلى حق الشعب.[134]

---

132 - المرجع نفسه، ص 294.

133 - حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 47.

134 - المرجع نفسه، ص 48.

خلال ذات القرن ظهر المذهب التجريبي، الذي كان **؟فولتير** (1694 – 1778) من معتنقيه، والذي أعلن بأن "خير المجتمع يقضي أن يعتقد الإنسان بحريته"، كما مال إلى الجبرية بحجة أن لا إرادة دون سبب، وتابع **لوك** واعتقد معه بأن الحرية ليست في الإرادة بل تنفيذ الفعل المراد، فقال: "إن حريتي تقوم في أن أمشي حين أريد أن أمشي ولا أكون مصابا بالنقرس"، أما المصاب بالنقرس فلا حرية له.[135]

يدعم بالمثل **جون جاك روسو** (1712 –1778) هذا الاتجاه، فيقول بأن الحرية تميز الإنسان أكثر من الفهم الذي يوجد في الحيوان حتى حد ما أيضا، لأنه ينقاد لدافع الطبيعة في حين يرى الأول نفسه حرا في اتباعه أو مقاومته، وروحانية نفسه تبين شعوره بهذه الحرية.[136]

انتشرت أفكار **جون ستيوارت ميل** (1806 – 1873) خلال القرن التاسع عشر، فسرت المتعة بالتصرف الأخلاقي، حيث ينبغي فيها أن تهدف إلى الخير العام وتحقيق السعادة لأكبر عدد من الناس. أوجب **ميل** الفرد بالسعي لتحقيق مصلحة المجموع بالروح نفسها التي يحاول بها الحصول على منفعته الشخصية.[137]

اهتم **توماس جيفرسون Thomas Jefferson** بإلقاء الرقابة على كل أساليب الاتصال ووسائل الإعلام، واعتقد بأن الحكومة السليمة هي التي تصمد أمام النقد، فقوتها الحقيقية تكمن في قدراتها على مواجهته بصدر رحب، فلا يحق لها أن تتخذ لنفسها إجراءات وقائية إلا في ظل الظروف الصعبة. كما أشار إلى قيمة الفرد وحريته من حيث هو كذلك.[138]

نتائج وإرهاصات

---

135 - يوسف كرم: مرجع سابق، ص 190.

136 - المرجع نفسه، ص 202.

137 - حسن عماد مكاوي: المرجع نفسه، ص 56.

138 - الدسوقي عبده إبراهيم: **وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية**، الإسكندرية: دار الوفاء، ب ط، 2004، ص 59.

اعتبرت هذه النظرية نتاجا للتاريخ أكثر منها صيغة للفكر،[139] فعندما قامت الثورة الفرنسية سنة 1789 معلنة الحرية، تضمن ميثاقها حق كل مواطن في أن يكتب ويطبع ما يشاء دون أن يرد عليه أي قيد، عدى ما هو وارد في القانون العام. تقرر عقب الانتهاء من ثورة التحرير في الولايات المتحدة، صدور الدستور الذي تضمن في مقدمته "أن المواطنين قدموا إلى هذه الأرض لنشر[140] الحرية فيها وتوكيد سيادة الإنسان عليها". نص كذلك في صلبه على أنه "ليس من حق الكونجرس إصدار أي تشريع يحد من حرية الشخص في التعبير عن رأيه شفاهة أو طباعة أو بأي طريق".

شكلت هذه الأحداث أهداف ومبتغيات المذهب الليبرالي الذي نما وتطور على قاعدة الأفكار والنظريات التي وضعها الفلاسفة.[141] تتمتع الصحافة، وفقه، بقاعدة كبيرة من الحرية بهدف مساعدة الناس في بحثهم عن الحقيقة التي يصلون إليها بمفردهم عن طريق العقل، ما لا يتحقق إن لم تتح لهم حرية الوصول إلى المعلومات والأفكار للتمييز بين ما هو حقيقي وزائف. يظهر الأول من خلال التفاعل الحر بين صدق الإنسان مع عقله وما لديه من معارف، ولذا يحدث التغيير الاجتماعي بعمليتي النقاش والاقتناع لا بالقوة،[142] اللتين تحققهما حرية الصحافة أو الإعلام –عموما– باعتبارها رافدا من روافد حرية الرأي، تعمل على تنمية المجتمع من خلال تنمية الرأي العام والأفكار الجديدة وتدعيم ركائز الحكم الديمقراطي.[143]

---

139 - فريال مهنا: مرجع سابق، ص 73.

140 - حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 66.

141- تيسير أبو عرجة: مرجع سابق: ص 284.

142 - المرجع نفسه، ص 296.

143- خالد مصطفى فهمي: **المسؤولية المدنية للصحفي عن أعماله الصحفية**، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة ب ط، 2003، ص 24.

إن الاعتبار الأول -إذن- في نظرية الحرية للفرد، كونه يمتلك القدرات العقلية الكاملة للتمييز بين ما هو صواب وخطأ.[144] إن الإنسان في هذه النظرية مخلوق يسيره العقل الذي يبحث عن الحقيقة، لا العاطفة، بما يؤدي إلى معرفة قوانين الطبيعة، مما يجعل الحقيقة تستمد من عقل الإنسان لا من السلطة الحاكمة، خاصة وأنه كائن أخلاقي أيضا، تحدد له أخلاقه التزاماته نحو الآخرين.[145] يصبح بذلك قادرا على اتخاذ القرارات السليمة دون وصاية من الدولة أو أجهزتها، وقد تبلورت كل هذه الأفكار في مفهوم الحرية الفردية التي كرست لجميع مجالات النشاط الإنساني وعملياته الاجتماعية.[146]

بناء على ذلك؛ تعتبر وسائل الإعلام سندا لهذه الحرية الفردية، إذ تتجه للشرح، التفسير، والكشف عن الحقائق بما يساعد الفرد على اتخاذ قراراته وتشكيل -في مرحلة لاحقة- رأي عام صائب وفعال، فأهداف الإعلام في ضوء هذه النظرية، تتمثل فيما يلي:

1- يهدف الإعلام إلى الإخبار والترويج لبيع السلع بغرض الربح، ولكن هدفه الأساسي هو المساعدة على كشف الحقيقة، مراقبة أعمال الحكومة،[147] وممارسات أصحاب النفوذ والقوة في المجتمع. تدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس دون قيود.[148]

2- يمكن لكل من تسمح له أوضاعه المالية أن يؤسس منشأة إعلامية، فالأساس هو الملكية الخاصة.

144- محمد عبد الحميد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، القاهرة: عالم الكتب، ط 3، 2004، ص 429.

145 - عبد الله بدران: مرجع سابق، ص 56.

146 - محمد عبد الحميد: المرجع نفسه، ص 429.

147 - حسن إبراهيم مكي، بركات عبد العزيز محمد: **المدخل إلى علم الاتصال**، الكويت: ذات السلاسل، ط 1، 1995، ص 165.

148 -Consulté le: http//www: itafe.hireblog.com/post/2006, 12/02/2008.

3- يتم الإشراف على الوسيلة من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة للأفكار بواسطة المحاكم.[149]

يرى الفكر الإعلامي الحري بأن هناك مسؤوليات، إلى جانب هذه الإيجابيات، ينبغي أن يتحملها الفرد الممارس للعمل الإعلامي حتى يتمكن من المساهمة في تحقيق أهداف المجتمع الحر، وإن كان لم يعمد إلى تحديدها صراحة، إنما رأى أن عقلانية الفرد ستجعله يكتشفها بصورة ذاتية. تعد المساهمة في خدمة الصالح العام المسؤولية الأساسية التي ستكتشف ذاتيا من خلال السعي لإنجاز المهام التالية:

1- التنوير العام: تضطلع به وسائل الإعلام من خلال الدور الذي تلعبه في الوصول إلى الحقيقة وتنوير الأذهان، ويعتبر أهم مهامها.

2- خدمة النظام الاقتصادي: يجلب البائعين والمشترين للبضائع من خلال الإعلان.

3- حماية حقوق الأفراد: تؤدي الحكومة دور الحارس خدمة لذلك.

4- خدمة النظام السياسي.

5- الترفيه.

اعتمد الفكر الإعلامي الليبرالي أيضا على حاسة الفرد الخلقية في التزامه بالقيام بهذه المهام أو المسؤوليات بشكل ذاتي ودون أي ضغط خارجي، وإذا حدث ولم يتحمل البعض منها وأساء استخدام الحرية الممنوحة له، فلا حاجة لإجباره على التمتع بها بصورة مسئولة لأن تعدد الأفكار، الآراء، والمعلومات المتنافسة في سوق حرة تضمن "التصحيح الذاتي" الذي يؤدي هذا الدور بشكل تلقائي.[150]

أعتقد أن هذه النظرة تحمل الكثير من التناقض، إذا كانت عقلانية الفرد تجعله يستكشف مسؤولياته بصورة ذاتية وحاسته الخلقية تلزمه بها، فلماذا لا تتدخل هاتين الآليتين نفسيهما في منعه من تجاوز

---

149 - حسن إبراهيم مكي، بركات عبد العزيز محمد: المرجع نفسه، ص 165، 166.

150 - المرجع نفسه، ص 115، 116.

مهامه؟ أين تغيبان أثناء ذلك ليحتاج بالتالي إلى آلية جديدة –التصحيح الذاتي– تتكفل بإعادته –مجددا– إلى دور الحر المسئول الذي تغيب عنه فعليا؟

تختلف العقلانية، الحاسة الخلقية، والتصحيح الذاتي من شخص إلى آخر باعتبارها عمليات فردية، مما يجعل المسؤوليات التي يحددها البعض لنفسه تتباين، قطعا، عن التي يعدها غيره كذلك، هل يعقل، مثلا، أن يتفق الجميع –ذاتيا– على أن تحقيق الصالح العام هي المسؤولية الأولى التي تندرج تحتها كل المسؤوليات؟ كيف يمكن القول بذلك في حين تبين اختلاف عقليات الأفراد من الفلاسفة في تحديد ماهية المسؤولية ذاتها؟ تستكشف عقلانية **جرمي بنتام** **Jeremy Bentham** وحاسته الخلقية أن المنفعة الفردية أو الخاصة تمتد إلى الغير باعتبار أنها أساس المصلحة العامة في الوقت الذي يعتقد **جون ستيوارت ميل** بضرورة تقديم الثانية على الأولى لأن متعة الفرد الفاعل تتمثل في ضمان أكبر سعادة للمجموع؟

يتسم هذا الاعتقاد بشيء أو كثير من المثالية لم يستطع معها التحقق على أرض الواقع، إذ أفرزت هذه النظرية الكثير من النتائج السلبية مما دفع إلى ضرورة التفكير في تحديثها وتطويرها. من جملة الأسباب التي تفاقمت في خضم التجربة الليبرالية الإعلامية والتحديات التي واجهتها نظرية الحرية:[151]

1– تحول الإعلام في ظل الحرب العالمية الثانية إلى مزايدات دعائية، فلم يكن العداء الإيديولوجي الحاد بين الدول أبدا في صالح التحول الحر للمعلومات التي باتت أداة للصراع من أجل السلطة وهو الذي استمر بعد الحرب بطرق أخرى.

2– انتشار وسائل الإعلام الإلكتروني بالشكل الذي لا تستطيع الدولة –من الناحية التقانية– أن تسمح في استخدام موجاتها بصورة عشوائية، ولابد في الوقت نفسه أن تحتكر توزيعها للمصلحة العامة، كما أنها تدخلت لإيجاد نظام تمويل ملائم للإذاعة والتلفزيون، بما أنه لا يمكن لهاتين الوسيلتين أن تتلقيا

---

[151] - فريال مهنا: مرجع سابق، ص ص 75-78.

نفقات خدماتهما من الناس مباشرة، وشيئا فشيئا وجدت في هذه الوسائل الالكترونية أداة فعالة لتشكيل الرأي العام ما جعلها تمارس نوعا من السيطرة عليها متحججة بذرائع شتى.

3- وضعت العقيدة الليبرالية بعد الحرب العالمية الثانية موضع نقاش من خلال مفهومي الحرية والديمقراطية، حيث أثارت الماركسية شكوكا حولها معتبرة أن الحرية في العقيدة البرجوازية شكلية وليست حقيقية، لأنه لا فائدة ترجى من الحرية الحقوقية إذا لم يمتلك الإنسان وسيلة ممارستها، وكان لإلقاء الضوء على هذا التناقض القائم بين الجانب الحقوقي والواقعي دور في لفت الانتباه إلى ضرورة توفير شروط تحدد ممارسة الحرية على أرض الواقع.

4- تجاوز النقاش العقيدة الماركسية إلى الفكر الليبرالي نفسه بما نجم عنه تفسيرات جديدة للحرية تتناقض والمفاهيم الليبرالية القديمة وتولد الاعتقاد بأن الحرية ليست معطى موجودا مسبقا بصورة تلقائية وتجب حمايته، بل هي إمكانية لابد من العمل للفوز بها. وحدث الانتقال من مفهوم الحريات الفردية التي تقاوم السلطة إلى دور الدولة كضمان لها.

5- تمركز الإعلام المتصاعد وتحول الصحف، المجلات، والدوريات إلى مؤسسات ضخمة تسيطر عليها مجموعة مالية واقتصادية عملاقة، فتآكلت بذلك المنافسة الحرة في خضم السوق المفتوح وتقوية الاتجاه المتحرك نحو التحكم في الإنتاج الصحفي. غدت الحقيقة التي لا يجب أن تنحصر في الفرد الواحد من منظور الفكر الليبرالي مقتصرة على طبقة دون غيرها في نطاق كارتلات وترسنات صحفية تتنافس فيما بينها.

6- دور النظام الديمقراطي للمجتمعات الغربية في تطوير الفكر الليبرالي الذي وضع على المحك في التجربة الواقعية، إذ انبرى المجتمع المدني الذي يتمتع بنفوذ كبير في المجتمعات الديمقراطية إلى مجابهة تداعيات التقدم الهائل الذي طرأ على تقنيات الاتصال الجماهيري وشارك بفاعلية في آليات وضع

حلول ملائمة. تحمى الحريات المجتمعية، فضلا عن حماية الحريات الفردية والعامة بالمفهوم الليبرالي القديم، التي باتت مهددة من طرف عمالقة التنافس شبه الاحتكاري في مضمار الإعلام الجماهيري.

قاد إحساس الصحفيين أو الإعلاميين بالحرية إلى تحررهم من أية مسؤولية تجاه عامة الناس، فاعتقادهم بأنهم المسئولون عن إمداد الجماهير "بالمعلومات، الترفيه، والإعلانات للبائع والمشتري، جعلهم يغالون في تقديم مواد الجريمة، العنف، الجنس، اقتحام الحياة الخاصة للشخصيات العامة، نشر الإشاعات والأكاذيب عن فساد المسئولين الحكوميين، وكشف الأسرار الحكومية التي تؤثر على العلاقات الدبلوماسية بين الدول والمعلومات عن تصنيع القنابل النووية والمساس بالأمن القومي"،[152] والحجة دائما هي إيصال الحقائق لعامة الناس، في حين أدى ذلك إلى إفساد المجتمع.

يعبر **جون ميريل** و**رالف لونشتاين**، في كتابهما "الإعلام: وسيلة ورسالة" عن هذا أصدق تعبير، بقولهما، أنه كلما تضخم عدد الرسائل (الحرة) زاد حجم المواد التافهة والفاسدة التي تحاول السيطرة على اهتمامات الناس فتعرض بيئتها الاجتماعية والفكرية إلى "تلوث اتصالي" بشكل يهدد نسيج البيئة الاجتماعية بالتشويش والإحباط ويمزق –في الوقت داته– فاعلية الشخصية والهوية الحضارية.[153]

ظهرت بتفاقم النتائج السلبية، إرهاصات التمرد على الحرية المطلقة للملكية في وسائل الإعلام، وتنامت الأفكار لدعم الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية بما أدى إلى بلورة إطار جديد لحرية المؤسسات الإعلامية اعتبر بأنه يخدم الفرد والمجتمع معا؛ وهو ما يعرف بنظرية المسؤولية الاجتماعية.

رؤية تقييمية؛ حرية للإعلام أم للتعبير؟

جاءت هذه النظرية كثورة على القيود التي كانت ممارسة على حرية التعبير والرأي فمثلت بذلك شكلا من الحماسة وكومة من الانفعالات التي انفجرت بأفكار تنادي بالحرية دون أن تكون كذلك فعلا

---

152 - حسن عماد مكاوي: مرجع سابق، ص 68.

153 - ابراهيم العقباوي: "أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية"، في **الفضائيات العربية ومتغيرات العصر**، لبنان: المكتبة الإعلامية/ الدار المصرية، ط 1، 2005.

لأن الغضب كان يقيدها وهدف التحدي والتغيير لإثبات التحدي، كان يحدد خطواتها، فابتعدت بذلك عن التعقل واتصلت بالمثالية.

ارتبطت نظرية الحرية في ظهورها بالنظام الليبرالي فتداخلت مبادئهما، وربما الأصح أن نقول بأنها كانت نتاجا للفكر الليبرالي، وهكذا تصبح أفكار الفلاسفة والمفكرين قد مهدت لهذا الأخير -لا للنظرية- الذي أقر بدوره بالحرية لوسائل الإعلام ثم تم التنظير لهذه الحرية انطلاقا من ذلك. يأتي هذا القول كتبرير للخلط القائم في المراجع بين كل من النظام والنظرية.

أعتقد أن النظرية تتحدث عن حرية التعبير لا الإعلام،[154]وهناك فرق شاسع بين كليهما، فالإعلام حق جماعي في حين يعد التعبير فرديا يمارسه كل على حدى لتحقيق غاياته هو في ذاته. يمثل الأول نوعا خاصا من الثاني تسمه خصائص مجتمعية، يريد المجتمع أن يتمتع به لأنه يحتاج إليه كمجموع، وهو يراعي بالتالي خصوصية الأخير لا مزايا الفرد. خلطت النظرية بين الحريتين فكرست حرية التعبير للإعلام الذي يعد مؤسسة مسئولة في المجتمع تمارس حرية تلتزم المسؤولية التي تأخذ شكل ذات المجتمع وأهداف المؤسسة نفسها.

تأسيسا على هذا الفهم؛ تصبح مغالاة الإعلاميين في تقديم مواد العنف، الجريمة، والجنس غير غريبة ولا مستبعدة، بل طبيعية جدا لأنهم مُنحوا حرية التعبير -من خلال وسائل الإعلام- التي تحمل ذواتهم بإيجابياتها وسلبياتها وتضفي عليها -الذوات- خاصية الامتداد فتنشرها؛ أي أنهم عبروا عن أحوالهم الخاصة. تعني هذه الحرية أن ينقل الفرد مشاعره، أفكاره، اهتماماته، واتجاهاته[155] حين يختار من

154- نلاحظ أن أفكار الفلاسفة التي ارتكزت عليها النظرية -خاصة أفكار **ميلتون**- تنادي بتحرر الأفراد من قيود السلطة وضرورة تعبيرهم عن آرائهم.

155 - تبيح هذه الحرية للمثليين اليوم أن يعلو أصواتهم.

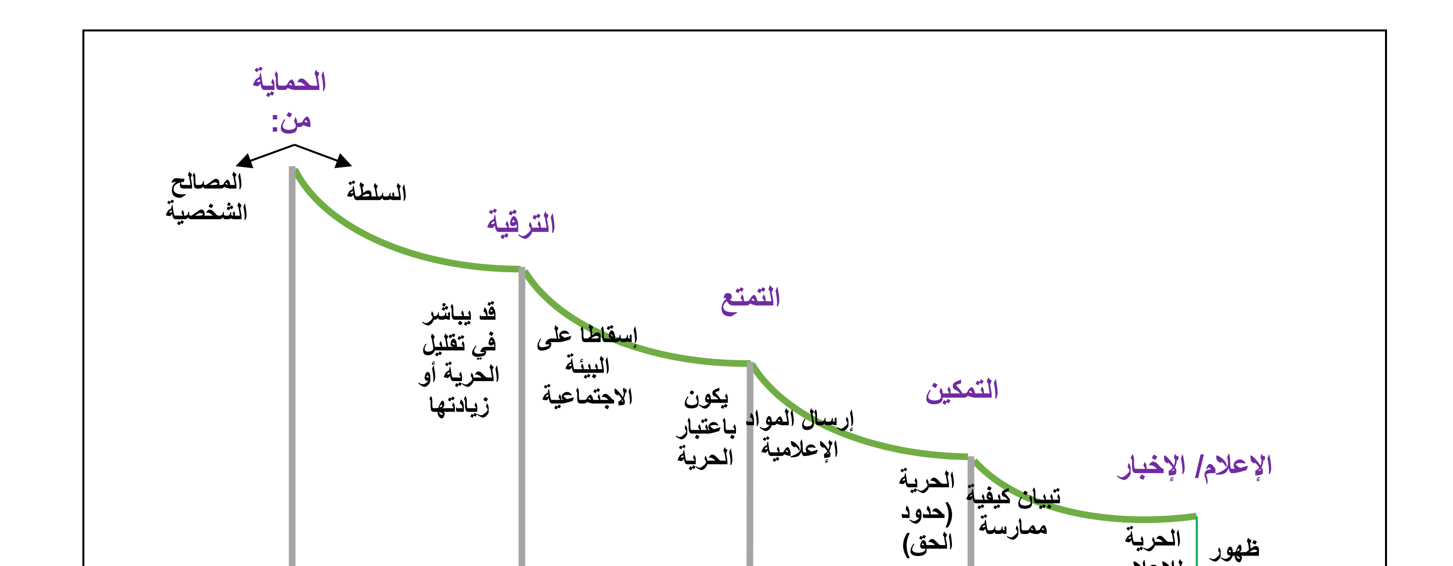
شخصه ومجتمعه ما يريده هو لأنه يمارس شيئا من تعرية الذات.[156] أما حرية الإعلام فتقضي بأن ينتقي منهما ما يشبع حاجات الأخير ويحقق أهدافه. طبعا لا يمكن أن نعتبر أن المجتمع قد يحتاج مواد إباحية أو ما شابه ذلك لأن "التعبير الإعلامي" يجري/ يتمتع بـ"عملية قياسية اجتماعية" تجعله يراعي خصوصية السياق الذي يعمل/ يتوجه إليه.

تحمل حرية الإعلام إذن في ذاتها مسؤوليته، فلا حاجة بالتالي لنظرية المسؤولية الاجتماعية –في نظري– لأن القول بحرية الإعلام ما هو إلا اختصار للمعادلة التالية:

حرية التعبير + عملية قياس اجتماعية = حرية الإعلام

يعدل "التعبير" وفق "عملية قياس اجتماعية"، شبيهة إلى حد ما بدراسات الجمهور واتجاهات قياس الرأي العام، بما يجعله إعلاما، يصبح الحديث بـ"مسؤولية الإعلام"، هكذا، يحوي تكرارا لمعنى المسؤولية، مرة بالمفردة ذاتها وأخرى بلفظ "الإعلام"، وكأنا نقول "مسؤولية المسؤولية" وفي هذا إجهاض للمفهوم.

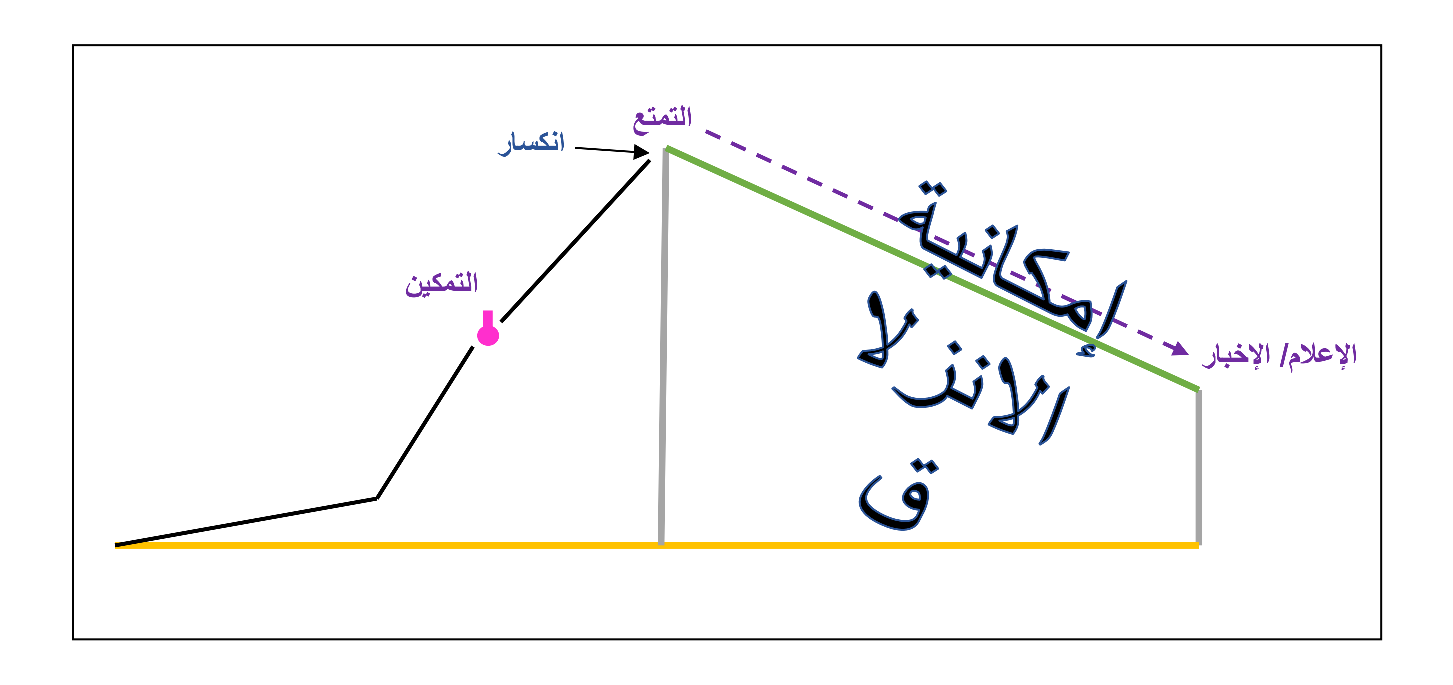
لو فرقت نظرية الحرية بين التعبير والإعلام لما برزت سلبياتها، وما انتقدت لتأتي على أنقاضها نظرية المسؤولية الاجتماعية، هذا فضلا عن عدم تبيانها للأدوات التمكينية التي تبيح ممارسة الحرية المؤسس لها، فهي كحق يُتمتع به لابد أن يتسلق درجات السلم المتعارف عليه لممارسة الحقوق، ما يمكن توضيحه في الشكل التالي:



الشكل رقم (1): خطوات ممارسة الحق (الحرية)

المصدر: تصميم منـال كبور

لكن نظرية الحرية لم تراع هذه الخطوات، وقفزت من مرحلة (الإعلام/ الإخبار) مباشرة إلى حالة (التمتع) دون أن تحدد أساليب الاستفادة. قال **فولتير** أن "الحرية ليست إرادة بل في تنفيذ الفعل المراد"، وقد تجاوزت النظرية كيفية التطبيق مكتفية بحرية الإرادة، فبات كل إعلامي يضع الطريقة التي تناسبه ويسن النهج الذي يروقه في تمتعه بإرادته مما قلب الدرجات الطبيعية للسلم. أصبح التمتع،كسلوك، سابقا لطرق ممارسته (كيف أتمتع؟) بل وأدى بالسلم إلى الانكسار، إذ أن التمتع "الفردي" بحق جماعي لا يمكن قط أن يرقى به إلى مرحلتي (الترقية) و(الحماية)، فصفة "الفردية" هذه قد تدفع به نفسه إلى الانزلاق إلى مستوى (الإعلام/ الإخبار)؛ وهو ما يبينه الشكل التالي:



الشكل رقم (2): خطوات ممارسة الحرية – كحق– في نظرية الحرية

المصدر : منـال كبور

تفترض نظريات فلسفة الإعلام أو التقليدية العلاقات التي ينبغي أن تكون بين المنظومات الثلاث "السلطة"، "الإعلام"، و"المجتمع" فتحدد لها الارتباطات المثلى وتبني طبيعة التفاعلات بينها لتتمكن من الوصول إلى غاياتها وتحقيقها بفاعلية، فهي لا تشرح ما هو قائم بل تقول بما يجب أن يكون.

تباعا، أجدها طرحت باقتضاب على مستوى الممارسة أخل بوظيفتها الأساسية، فلو جاءت في شكل مخطط كامل يشرح ويصف بدقة كل تفصيل في عمل المنظومة الإعلامية التي تقترحها لكانت الاستفادة منها أوفر. تستخدم نظرية الحرية مفهوما مثل "الإنسان كائن أخلاقي" يُفضل أن تتوقف مليا عنده وتتحدث من خلاله عن الحرية في ضوء أخلاقيات العمل الإعلامي وكيفية التوفيق بينهما، لكنها تتخطاه مبررة إياه بعبارات المثالية التي أغرقت فيها، ما يؤكد مجددا على إهمالها للوسائل التمكينية، كما تقدم. مع ذلك فإن لها مستندات فلسفية حقة تجعلها تملك خاصية المرونة وتتيح لها فرص التكيف، رغم ما تحمله من أفكار مثالية تبقى قاعدة صلبة للانطلاق، لا يمكن تجاوزها للبناء من جديد.

قائمة المراجع

1- أبو عرجة، تيسير: **دراسات في الصحافة والإعلام،**

2- ابراهيم، الدسوقي عبده: **وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية،** الإسكندرية: دار الوفاء، ب ط، 2004.

3- إحدادن، زهير: **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال،**، ب ط، 2002.

4- السماسيري، محمود يوسف: **فلسفات الإعلام المعاصرة – في ضوء المنظور الإسلامي،** فرجينا: المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ط 1، 2008.

5- العقباوي، ابراهيم: "أخلاقيات الإعلام والفضائيات العربية"؛ في **الفضائيات العربية ومتغيرات العصر**، لبنان: المكتبة الإعلامية/ الدار المصرية، ط1، 2005.

6- بدران، عبد الله: **الخبر الصحفي؛ في منهج الإعلام الإسلامي**، سوريا: دار المكتبي، ط1، 2002.

7- عبد الحميد، محمد: **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، القاهرة: عالم الكتب، ط3، 2004.

8- فهمي، خالد مصطفى: **المسؤولية المدنية للصحفي عن أعماله الصحفية**، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ب ط، 2003.

9- كرم، يوسف: **تاريخ الفلسفة الحديثة**، مصر: دار المعارف، ط5، 1969.

10- مهنا، فريال: **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**، لبنان: دار الفكر المعاصر، 2002.

11- مكاوي، حسن عماد: **أخلاقيات العمل الإعلامي**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط3، 2003.

12- مكي، حسن إبراهيم وبركات عبد العزيز محمد: **المدخل إلى علم الاتصال**، الكويت: ذات السلاسل، ط1، 1995.

13- http//www :itafe.hireblog.com/post/2006 -.

شبكات التواصل الاجتماعي و المشاركة السياسة لدي الشباب البحريني

دراسة علي عينة من الشباب في انتخابات 2014

د. عبدالكريم الزياني

قسم الإعلام – جامعة البحرين

ملخص :

يعتبر الاعلام الاجتماعي من الادوات المهمة التي وظفت بشكل احترافي في الانتخابات في مختلف دول العالم ، حيث يمثل الاعلام الاجتماعي فضاء مهم للتواصل الاجتماعي والتبادل الثقافي، والنقاش السياسي بين الشباب ، يرى فيه الشباب فضاء افتراضيا يوفر قدر كبير من المعلومات ، وربما كان ذلك أهم سبب يدفعهم للإقبال عليه، كما لوحظ التطور الكبير في استخدامات هذا الفضاء ، فبعد ان كان الاعتماد عليه فقط لمجرد الترفيه والتسلية وبناء الصداقات، تطورت تلك الاستخدامات لتشمل مختلف مناحي الحياة ، والشأن السياسي ليس الاستثناء الذي اعتمد فيه الشباب علي الاعلام الاجتماعي كمصدر مهم لمعلوماتهم .

وتشير تقرير الاعلام الاجتماعي الرابع الصادر عن كلية الادارة الحكومية في دبي 2014 الي ان نسبة المستخدمين للاهم شبكات الاعلام الاجتماعي في البحرين وصلت الي نسبة 410 الف مستخدم في التوتير ، 360 الف الفيس بوك من بلد صغير لا يتجاوز عدد سكانه المليون نسمة .

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على بعض الحقائق المرتبطة باستخدام الشباب البحريني للاعلام الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية والبلدية التي اجريت في 25 نوفمبر 2014 في البحرين ،

والتعرف علي درجة اعتماد الشباب علي الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن المرشحين وبرامجهم الانتخابية .

الكلمات الدالة : الشباب، البحريني، الاعلام الاجتماعي ، الاستخدامات والاشباعات ، الانتخابات 2014 . المجال العام.

المقدمة: يلعب الاعلام الاجتماعي دورا رئيساً وفاعلاً في تشكيل سياق التحول الديمقراطي والإصلاح السياسي في المجتمعات المختلفة، حيث تعكس طبيعة العلاقة الجديدة بين الدولة والمجتمع، وبين النخبة والجماهير، ويتوقف إسهام ودور الاعلام الاجتماعي في عملية الإصلاح السياسي والديمقراطي على شكل ووظيفة تلك الشبكات في المجتمع وحجم الحريات، وتعدد الآراء والاتجاهات المطروحة فيها ، بجانب طبيعة العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية المتأصلة في المجتمع، فطبيعة ودور وسائل الاتصال في تدعيم الديمقراطية، و تعزيز قيم المشاركة السياسية وصنع القرار السياسي، يرتبط بفلسفة النظام السياسي الذي تعمل في ظله، ودرجة الحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي **Gilbert, W. Steven. 1995)**.

فوسائل الاتصال تلعب ثلاثة أدوار جوهرية في تعزيز الحكم الديمقراطي، باعتبارها مجال عام يمنح صوتا لقطاعات المجتمع المختلفة، ويتيح النقاش من جميع وجهات النظر، وكعنصر تعبئة ييسر المشاركة المدنية بين جميع قطاعات المجتمع، ويعزز قنوات المشاركة العامة كما تعمل كرقيب يكبح تجاوزات السلطة ويزيد من الشفافية الحكومية ويخضع المسئولين العاميين للمساءلة عن أفعالهم أمام محكمة الرأي العام.

في إطار هذا السياق يحدد كلٌ من جاجر ولوكمان **(Gage. Lokman)** ثلاثة وظائف أساسية لاستخدام وسائل والاتصال في الحملات الانتخابية والتي يوضحها "محمد زين الدين بان "للحملة

الانتخابية أصول وقواعد سياسية تحتم على الفاعلين السياسيين الالتزام بمقتضياتها فالتزام الإدارة بتطبيق القانون ونهج مبدأ المساواة مع كافة المتشحين وإقرار هؤلاء بضرورة وضع برامج واقعية ومحددة واحترام مقتضيات مدونة الانتخابات من قبل الناخب والمنتخب على حد سواء كلها عوامل أساسية من أجل إنجاح حملات انتخابية نزيهة وشفافة(**زين الدين، 2006 ، ص 90**) وهذه الوظائف هي:

1. **وسائل الاعلام الاجتماعي كأداة مساعدة** :يتم هنا استخدام وسائل التواصل كأداة مساعدة ومستقلة عن الموضوع الأساس في مجالات مثل الاتصالات الجمهور والتعرف علي اتجاهاته وإعداد البحوث والدراسات وما يتطلبه ذلك من تجميع للبيانات وتحليلها، ومن ثم عرضها، إضافة إلى الاستفادة في مجال إنجاز التكاليف والواجبات المنهجية.
2. **وسائل الاعلام الاجتماعي كوسيط لنقل المعلومات** :وتعني توظيف وسائل الاعلام الاجتماعي كوسيلة توصيل الأفكار ، كما في التعليم عن طريق التدريبات العملية والشبكات التعليمية.
3. **وسائل الاعلام الاجتماعي كهدف** :وتعني معرفة وتعلم استخدام وسائل الاعلام الاجتماعي من خلال مقررات دراسية منظمة .فالتعليم هنا يعنى بتدريب الدارسين على استخدام تلك الشبكات الاجتماعية في مجالاتهم المختلفة وكذلك تهيئتهم للمستقبل الوظيفي والحياة الاجتماعية.

ولقد كان لإدخال الاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية أثر بالغ في إحداث نقلة نوعية وتحول جذري لطبيعة المهام والواجبات التي يقوم بها المرشحون للانتخابات، ولم يعد دور المرشح يقتصر على مجرد " تقديم المعرفة أو المعلومة عن برنامجه الانتخابي "للناخبين، بل أصبح لزاما عليه أن يمارس مهام أخرى جديدة كأن يكون موجها للفكر ومنسقا للنشاطات الانتخابية ، وميسرا للعملية الانتخابية ومسهلا لها، ومرشدا متخصصا، ومتعاونا مع زملائه المرشحين، واختصاصيًا في عملية تقويم مستوى . التوقع الانتخابي واتجاهاته وقياسها، وغيرها من المسئوليات التي تساهم في إنجاح العملية الانتخابية(**Alley, 2007, p 58**) ، كما حتمت التطبيقات الفاعلة للاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية ضرورة

اكتساب أعضاء الحملات الانتخابية مهارات وخبرات معينة؛ للتعامل بايجابية مع تلك الشبكات ، من خلال الالتحاق ببرامج ودورات تدريبية مستمرة تضمن متابعتهم للتطورات المتسارعة في المجال، مما يساعدهم بلا شك على تحقيق التوظيف البناء لتلك الشبكات في العملية الانتخابية.

مشكلة الدراسة: يُعد اليوم استخدام الاعلام الاجتماعي في المشاركة السياسية بوجه عام ، والمشاركة في العملية الانتخابية واحدا من أبرز الاتجاهات الحديثة في الحملات الانتخابية، في ضوء اتجاه الكثير من مراكز قياس الرأي في العالم نحو الأخذ بفكرة استخدامات العالم الافتراضي **Uperaft,)**
(Terenzinik, 2002، كما أنها في ذات الوقت باتت من القضايا التي تؤرق بال صانعي القرار في تلك المؤسسات الأكاديمية، بما تتطلبه من ضرورة وضع السياسات المتعلقة بتلك الشبكات الاجتماعية ، وتوفير الدعم المادي اللازم، وتهيئة البنية التحتية الملائمة، و بناء استراتيجيات تتوافق وقدرات المتخصصين وحاجات الناخبين ومتطلبات البرامج الانتخابية، وتوفير التدريب المستمر والدعم الفني، إلا أنه مع هذا التوجه والاهتمام الكبير بتلك الشبكات الاجتماعية والعمل على توظيفها والاستفادة منها، خاصة في الحملات الانتخابية من قبل الكثير من تلك المراكز، نجد أن قضية دراسة الاستخدام الفعلي لتلك الشبكات الاجتماعية "لم تحظ بنفس الدرجة من الاهتمام **Kagima. Hausafus. 2000, p).**
(233، كما أنها تظل واحدة من أهم التحديات التي تواجه تلك المؤسسات .**(Green,1999)** ويصدق ذلك على الواقع المحلي والعربي، إذ إن الدراسات المتعلقة باستخدام الناخبين في العالم العربي للاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية لا تكاد تذكر، فهي محدودة ، ولا تتعدى بعض الدراسات التي تصاحب الحملات الانتخابية مما يطرح تساؤلا حول الكيفية التي يتم بها الاستفادة من تلك الشبكات كمصدر رئيسي للمعلومات الانتخابية من قبل الناخبين وفي هذا الدراسة ينحصر السؤال الرئيسي في هذه الدراسة :

كيف استخدم الناخب البحريني ((الشباب)) المشارك في الانتخابات البرلمانية والبلدية ، الاعلام الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم عن الناخبين وبرامجهم الانتخابية ؟ .

الدراسات السابقة:

1. آن ارشولفين ، وسائل الإعلام الجديدة الاتصالات استراتيجيات الحملات الانتخابية: تجارب الأحزاب السياسية الهندية، 2014 .

ظلت السياسة والإعلام ثنائي غير قابلة للكسر فترات طويلة. فالاجتماعات العامة والصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون هي أدوات اتصال رئيسية. مع ظهور تقنيات الإعلام الجديد، اكتسبت الحملة السياسية بعدا جديدا. خلال الانتخابات الأخيرة استخدمت الأحزاب السياسية الهندية مواقع الإنترنت والبريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة، والإنترنت، لافتات، الاعلان على شبكة الانترنت، المدونات، الهواتف النقالة، وما إلى ذلك تهدف هذه الدراسة إلى تقييم فعالية وسائل الإعلام الجديدة الحملات السياسية خلال الانتخابات بتحليل المحتوى، واستخدمت المسح ومتعمقة أساليب مقابلة في الدراسة. كشفت دراسة حقائق مثيرة للدهشة. وقد حاول كل حزب سياسي كبير لاستخدام كل ما هو متاح أدوات الإعلام الجديدة. التلفزيون، الهاتف المحمول والإنترنت لعبت دورا كبيرا. أعطى استخدام أدوات واستراتيجيات الاتصال وسائل الإعلام الجديدة وجها جديدا ومفيدا للغاية في السياسة الهندية. وقد وصلت الأحزاب السياسية وعدد كبير من الناخبين من خلال وسائل الإعلام الجديدة. وقدم حملتهم الانتخابية سهلة وسريعة وناجحة.

2. كاركزميرك ، واخرون : رصد وسائل الإعلام الاجتماعي من الحملات الانتخابات البرلمان الألمانية في الفيسبوك وتويتر لعام 2013 ، 2014

يستخدم الناس أكثر وأكثر وسائل الإعلام الاجتماعية على التواصل وجهة نظرهم وتصور الانتخابات والباحثين بشكل متزايد جمع وتحليل البيانات من منصات وسائل الإعلام الاجتماعية.

ويركز الدراسة على وسائل الاتصال الاجتماعي التي تتعلق بالانتخابات 2013 في البرلمان الألماني، قام الباحث بجمع عدة مجموعات من البيانات وسائل الاعلام الاجتماعية باستخدام بيانات من الفيسبوك وتويتر. أولا، تم تحديد المرشحين الأكثر ملاءمة (ن = 346.2) وفحص ما إذا كان لإمتلاكهم حسابات

وسائل الاعلام الاجتماعية. وقد تم جمع البيانات من الفيسبوك في نوفمبر 2013 للفترة من يناير 2009 إلى أكتوبر 2013. وفي الفيسبوك ثم تحديد 1408 جدران الفيسبوك تحتوي على ما يقرب من 469000 وظيفة. وقد تم جمع بيانات تويتر بين يونيو وديسمبر 2013 مع الانتهاء من تشكيل الحكومة. على تويتر تم تحديد 1009 مرشحا و 76 عوامل أخرى، على سبيل المثال، والصحفيين. قدرنا عدد التغريدات ذات الصلة تتجاوز ثمانية ملايين للفترة من 27 يوليو – 27 سبتمبر وحده.

3. *استفين ميللز* ، استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية في السياسة الشباب في أستراليا، 2014.

استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في السياسة من قبل الشباب في أستراليا ليست مثيرة كما في أي مكان آخر في العالم.

لم يكن هناك ربيع الأسترالي. وسائل الاعلام الاجتماعية ليست أداة تستخدم بشكل كبير في الاحتجاجات القائم على الشباب. حركة احتلوا مومض بالكاد في الحياة في أستراليا ونيوزيلندا. وسائل الاعلام الاجتماعية هي أبعد ما تكون عن "أسوأ خطر على المجتمع" كما وصفه رئيس الوزراء التركي رجب طيب أردوغان خلال احتجاجات في تركيا في وقت مبكر من شهر يونيو ، فإنه لا يزال من شبه المؤكد أن وسائل الإعلام الاجتماعية ستلعب دورا أكبر في الاتصالات السياسية الاسترالية وعلى قدم المساواة من شبه المؤكد هو افتراض أن وسائل الإعلام الاجتماعية ستستخدم بشكل أكبر من قبل الناخبين الذين تقل أعمارهم عن السن عندما يتعلق الأمر بالسياسة. يبدو أن الأحزاب السياسية الأسترالية إلى أن معظمها باستخدام وسائل الاعلام الاجتماعية لاستهداف أنصار الحزب بدلا من الناخبين الشباب في حد ذاته على الرغم من الناخبين الأصغر سنا ومن المتوقع بالتأكيد أن تكون أثقل مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية من الناخبين الأكبر سنا.

4. **دراسة خورشيد (2011) وعنوانها "دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – الاعلام الاجتماعي نموذجاً"**.هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الحراك السياسي العربي، لإمكانات

مواقع الاعلام الاجتماعي في تأجيج الثورات العربية وإدامة زخمها وتعبئة شبابها. وخلصت الدراسة إلى أن هذه المواقع أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وكسرت حاجز الخوف وحوّلت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الإيديولوجية للثورات، وحققت حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب. وأوضحت الدراسة أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً في التنسيق بين الثوار وتم توظيفها في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصام، وساهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير.

5. **دراسة عبد القوي (2009)، وعنوانها "دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب".** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهجي المسح والمقارن، على عينة من الشباب قوامها (380) مفردة، وعلى موقع الـ Face book. وأوضحت الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيسبوك لأغراض سياسية بلغت (7ر50%)، ولم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث . وأظهرت أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الـ Facebook، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب، نحو المضامين السياسية المثارة على (الفيس بوك) دون تمييز بين الذكور والإناث.

1. **دراسة العلوانة (2012) دور الاعلام الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري"** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي, في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري, باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي, على عينة بلغت (296) مفردة, من النقابيين في مدينة إربد. وكان من أبرز النتائج التي توصّلت

إليها هذه الدراسة: أن ما نسبته (74,7%) من النقابيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي, و (24,3%) منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية. أن (50,6%) من النقابيين يستخدمون الفيسبوك و (27,1%) يستخدمون تويتر, وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%), وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8%).

أهمية الدراسة: تكتسب الدراسة الحالية أهميتها من كونها :

1. هناك اتجاه لدى كثير من المؤسسات الأكاديمية نحو التركيز بشكل كبير على توظيف الاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية؛ للإفادة بما تتيحه تلك الشبكات من مزايا تساعد على تفعيل مشاركة الناخبين وتوضيح البرامج الانتخابية.
2. تتصدي الدراسة لدخول الاعلام الاجتماعي الي الحياة السياسية بعد ان يقتصر استخدامها علي التعارف والمناقشة الشخصية .
3. تعد الدراسة الاولي من نوعها في البحريني حول اعتماد الناخب البحريني علي الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الانتخابات البرلمانية والبلدية .

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على استخدام الناخب البحريني " الشباب " الاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية وذلك من خلال ما يلي:

1. التعرف علي درجة استخدام الناخب البحريني للاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية.
2. التعرف علي اهم الشبكات الاجتماعية التي يعتمد عليها الناخب البحريني في الحصول علي المعلومات حول المرشحين وبرامجهم الانتخابية .
3. التعرف علي الاسباب التي دفعت الناخب البحريني الي استخدام الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن المرشحين وبرامجها الانتخابية .

4. التعرف علي الصعوبات التي تعيق الناخب البحريني عند استخدام الاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية.

تساؤلات الدراسة:

تعمل هذه الدراسة علي الإجابة عن الأسئلة البحثية الآتية:

1. ما درجة استخدام الناخب البحريني للاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية؟
2. ما هي الاكثر استخدام من قبل الشباب البحريني في الانتخابات البرلمانية والبلدية ؟
3. ماهي الاسباب التي تمنع الشباب البحريني من استخدام الاعلام الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية والبلدية ؟
4. ماهي الصعوبات التي تعيق الشباب البحريني عند استخدام الاعلام الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية والبلدية ؟
5. ما هي الأسباب التي دفعت الشباب البحريني إلي استخدام الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الانتخابات البرلمانية والبلدية ؟

فرضيات الدراسة :

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الاعلام الاجتماعي ومتغير النوع
2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الاعلام الاجتماعي ومتغير العمر

نظرية الدراسة : ترتكز هذه الدراسة علي نظرتين :

1. **نظرية المجال العام :** صاغ الفيلسوف الألماني (جورجن هابرماس) نظرية المجال العام عام (1962)، وهي تشرح وتصف نشأة تكوّن الرأي العام وحالة الرأي، والمجال العام يتوسط في الواقع بين مجال السلطة العامة والحكومة، والمجال الخاص الذي قد يُركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة،

وهذا المجال العام – كما نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية – كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية, وفي رحابه تتبلور اتجاهات الرأي العام **(زكريا، ص 943)**. وعرّف "هابرماس" المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء), فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور , ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والإتجاهات من خلال السلوكيات والحوار, والتي تسعى للتأكيد على الشؤون العامة للدولة وهو شكل مثالي.(

(Calhoun.1992. p21

وقد ساهمت الثورة الاتصالية الكبرى والتكنولوجيا الجديدة لوسائل الإعلام الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت في ظهور فضاء عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية "هابر ماس". ويعتمد على أن الرأي العام يكون حراً في حركة المعلومات وتبادل الأفكار بين المواطنين، فالإنترنت يقدم إمكانيات جديدة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، فهو يجعل من السهل نشر المعلومات بشكل كبير بين الأفراد. وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونية تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تمنح تأثيراً في القضايا العامة وتؤثر على الجهة الحاكمة. والمجال العام يُمكن رؤيته كمجال حياتنا الإجتماعية، والذي من خلاله يُمكن تشكيل الرأي العام، ويؤكد "هابرماس" على إمكانية خلق حوار خارج سيطرة الحكومة والإقتصاد من خلال نظريته، فضلاً عن التأثير السياسي للإنترنت بين الأفراد، وللإنترنت دور في تحقيق الديمقراطية، فهي في المجال العام يُنظر إليها كمحيط سياسي (عبد القوي، ص 158).

ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للمجال العام ما يلي (عزي، 2009، ص8):

1- المجال العام حيز من حياتنا الإجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.

2- المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.

3- المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.

فالمجال العام – بشكل عام – هو تلك المساحات التي فيها يقوم الأعضاء بتناول ما يفضلونه، ويصلون لقرار في "كيف سيعيشون معاً ويعملون معاً بشكل جماعي خلال المستقبل"، كما أن هناك ثلاثة مظاهر تميّز المجال العام أولها أن المشاركة فيه مفتوحة, وثانيها أنه يساوي بين مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية, وثالثها أن أية قضية فيه تكون قابلة للنقاش (Habermas 1989.p18).

وتستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام في التعرف على دور الاتصال والإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات بالنسبة للناخبين ، و تساهم في إتاحة الفرصة لهم للتعرف عن الناخبين وبرامجهم الانتخابية ، وتبادل المعلومات والأفكار معهم, كما يمكن الاستفادة من هذه النظرية في تفسير النتائج, وذلك نظراً للدور الذي يمكن أن وسائل الاتصال والإعلام في خلق مجال عام بين الناس, تمكنهم من رأي عام حول الناخبين وبرامجهم الانتخابية .

2. **نظرية انتشار المبتكرات** : صاحب هذه النظرية Rogers وهو متخصص في مجال علم الاجتماع الريفي و العمل الاجتماعي و كان الاهتمام منصبا آنذاك على تحديث المجتمع الريفي الأمريكي و جعله مواكبا للتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية التي جعلت من الولايات المتحدة الأمريكية قوة عظمى بعد الحرب العالمية الثانية فكان مركزا على كيفية تبني الجمهور للمستحدثات إي كل الابتكارات الجديدة سواء في مجال الإنتاج أو الاستهلاك . قام روجرز بمراجعة و التدقيق في أكثر من 5000 دراسة امبيرقية متعلقة بانتشار كل ما هو مبتكرات جديدة في مجال الاجتماع الريفي و الانتروبولوجيا و الهدف من ذلك التعرف على آليات تبني المستحدثات من قبل الجمهور .(Rogers 1962, p. 150.)

أولا : :مراحل عملية تبني المبتكرات و الأساليب المستحدثة: تعريف عملية التبني : بأنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالابتكار إلى أن ينتهي به الأمر إلى مرحلة التبني

النهائية لاحظ روجرز من خلال مراجعته للدراسات الكثيرة أن هناك خمس مراحل أساسية لعملية التبني للمبتكرات :

1. **مرحلة الوعي بالفكرة :** يسمع الفرد أو يعلم لأول مرة بالمبتكر الجديد.

   I. بشكل عفوي أي يقرا بالصدفة عن الموضوع.

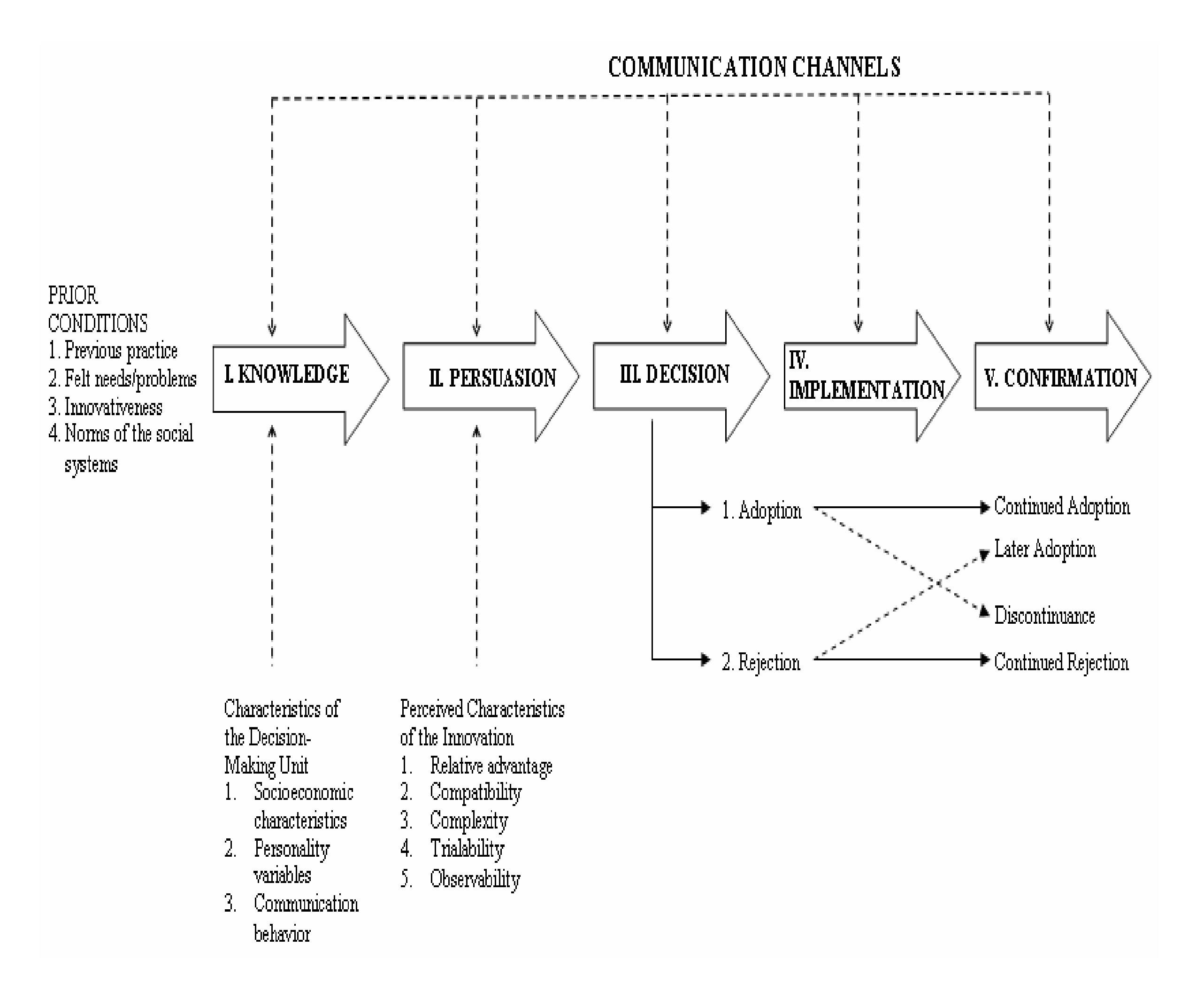
   II. أو بشكل مقصود أي انه سمع انه سيبث برنامج خاص حول الموضوع في التلفزيون حول شيء جديد..(Rogers, 2003, p. 12)

2. **مرحلة الاهتمام :** رغبة في مزيد التعرف و الحصول على مزيد من المعلومات حول الموضوع أي أن السلوك أصبح هادفا .(Rogers, 2003, p. 21)

3. **مرحلة التقييم :** يقيم المعطيات المتوفرة و يقرر إذا كان هناك فائدة لإخضاع المسالة للتجريب العملي.

4. **مرحلة التجريب :** يجرب المبتكر على نطاق ضيق أو لفترة محددة.

5. **مرحلة التبني :** إن لم تكن مرحلة التجريب غير مقنعة فسيتخلى الفرد عن الموضوع أما إذا اقتنع به فسيتبناه و يطبقه على نطاق واسع . **(مكاوي، 2003 ، ص 90)**



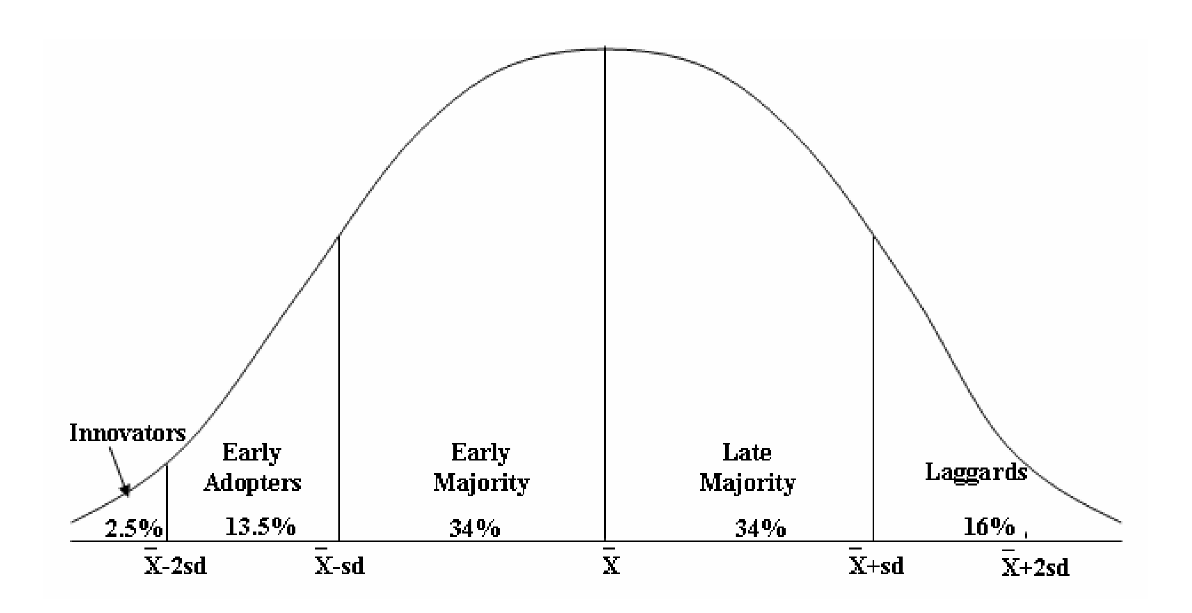
الشكل 1. نموذج من خمس مراحل لتبني المبتكرات

ثانيا : موقف الفئات المختلفة للجمهور تجاه المبتكرات و مراحل انتقال المعلومات بشأنها :

لا يتفاعل كل أفراد الجمهور بنفس الطريقة تجاه المبتكرات ، اكتشف روجرز شرائح مختلفة .

- **المتبنون الأوائل :** هي فئة من المهووسين باقتناء أي شيء جديد يظهر في السوق أو يعلمون عنه من خلال وسائل الإعلام إما عن طريق الإعلانات أو الحملات الترويجية، و ذلك من اجل التباهي و "المنظرة" أو حبا في كل ما هو جديد للشعور بالتميز و الاختلاف عن الآخرين .

- **قادة الرأي يقتنعون :** يتعرف قادة الرأي على المبتكر و يقومون بتجريبه و أن اقتنعوا به و بفوائده فسيؤثرون على محيطهم الاجتماعي أي على أتباعهم Followers من أصدقاء أو أقارب أو زملاء عمل أو جيران ، و ذلك من خلال الاتصال المواجهي.



الشكل رقم 2 : تصنيف المتبني على أساس الإبتكار

منهجية الدراسة

1. **منهج الدراسة** تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية **(عليان وغنيم، 2000 ، ص43)**، ودراسة جمهور المتلقين، وتصنيف الدوافع والحاجات، والأنماط السلوكية، ومستويات الاهتمام والتفضيل **(عبد الحميد، 2004، ص59)**، ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى حقائق دقيقة، كما تنتمي هذه الدراسة إلى المنهج المسحي، الذي يعد من أهم المناهج التي تعنى بدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطاره الوصفي والتحليلي، من خلال جمع المعلومات والبيانات وتفسيرها، للدلالة على ما يحدث فعلاً، من أجل التوصل إلى استنتاجات وتعميمات **(المغربي، 2007، ص97)**.

2. **مجتمع الدراسة وعينتها** : تكوّن مجتمع الدراسة من الشباب البحريني الذين قاموا بالتصويت في مركز الاقتراع بجامعة البحرين ، على اعتبار أن هذه الشريحة الاجتماعية مهمة جدا في المجتمع ، تولي الشؤون السياسية اهتماماً ملحوظاً، وتتفاعل مع القضايا الوطنية ، وذلك لأن أعضاءها على مستوى عالٍ من التعليم والوعي والثقافة وهم من مستخدمي الاعلام الاجتماعي بشكل كبير جدا . أما عينة الدراسة فقد استخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار مفردات المجتمع المبحوث، وتعد من الأنواع الرئيسة للعينات الإحصائية الاحتمالية، إذ إنها تمنح كل فرد من أفراد مجتمع الدراسة الفرصة لان يكون أحد أفراد العينة المختارة. **(عبد الحميد، 2004، ص59)** ولقد تم إتباع الإجراءات التالية عند سحب وحدات عينة الدراسة ، فقد تم استهداف كل الشباب الذين ادلوا بأصواتهم في المركز الانتخابي (**جامعة البحرين – المركز الانتخابي**) ، وقد بلغ عدد إفراد العينة في هذه الدراسة 600 ناخب من الشباب . وزعت عليهم أدة الدراسة و هي استمارة الاستبيان تضمنت عدد (**11**) سؤال ، وقد تم استبعاد 8 استبيانات لعدم صلاحيتها للتحليل، فاستقرت العينة على 592 مفردة.

3. **صدق الأداة وثباتها** : حرص الباحث للتأكد من صدق الأداة وذلك من خلال عرضها على عدد من أساتذة والإعلام والإجتماع، الذين أبدوا عدداً من الآراء والملاحظات، التي أخذ الباحث بها لتصبح الإستبانة بعد ذلك صالحة للتطبيق الميداني على العينة ، استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار Test–Retest على عينة عشوائية مقدارها 10% من إجمال العينة الأصلية ، وقد بلغت قيمة معامل الثبات 83.9% وهي قيمة عالية تشير إلى فاعلية المقياس وصدقه. ، كما اعتمد الباحث على التناسق الداخلي بين عناصر وفقرات الإستبانة، إذ تراوح بين (0.89–0.92)

تحليل النتائج وتفسيرها:

1 : عينة الدراسة :

جدول رقم (1) يبين توصيــف مجتمــع الدراســـة

المتغير / البدائل والتكرارات	البدائل	ك	%
الجنس	ذكر	322	54.3
	أنثى	270	45.6
	المجموع	592	**100**
العمـــر	20- 22	154	26
	23-25عاماً	244	41.2
	25 – ما فوق	194	32.7
	المجموع	**592**	**100**
التخصص	كلية القانون	72	12.1
	كلية الاداب	86	14.5
	كلية البحرين للمعلمين	62	10.5
	كلية ادارة الاعمال	56	9.4
	كلية العلوم	70	11.8
	كلية التربية البدنية والعلاج الطبيعي	60	10.1
	كلية الهندسة	52	8.7

	كلية العلوم الصحية	70	11.8
	كلية تقنية المعلومات	64	10.8
	المجمـوع	**592**	**100**

1. تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن 54.3% من أفراد العينة هم من الذكور وما نسبته 54.6% من الإناث, وأن الذين أعمارهم عن 20- 22 عاماً بلغت 26 % ، أما الذين تراوحت أعمارهم ما بين 23-25عاماً فقد بلغت نسبتهم 41.2%, فيما بلغت 32.7% للذين تراوحت أعمارهم ما بين 25 – ما فوق عاماً.
2. أما التخصص الشباب, فقد أظهرت النتائج أن نسبة كلية القانون كانت 12.1% وما نسبته14.5 % كلية الاداب , و10.5 % في كلية البحرين للمعلمين, و9.4 % كليةادارة الاعمال, و11.8 % كلية العلوم التطبيقية, و10.1 % كلية التربية البدنية والعلاج الطبيعي ، 8.7 %، و 11.8 % في كلية العلوم الصحية ، 8.7 % وفي كلية الهندسة،, و10.8 % كلية تقنيات المعلومات ، ويمكن الاشارة الي ان كلية العلوم الانسانية والاجتماعية حصلت علي نسبة 47.2 % ، وحصلت كليات العلوم التطبيقية والعلمية علي نسبة 52.8 % ، الامر الذي يبين ان المشاركة في الانتخابات لم تكن محصورة علي طلاب العلوم الانسانية فقط ، بل ان المشاركة كانت متقاربة في الانتخابات بغض النظر علي التخصص العلمي و المرجعية العلمية للشباب البحريني ، الامر الذي يبين ارتفاع درجة الوعي السياسي باهمية المشاركة السياسية .

2 : استخدام الشباب البحريني للاعلام الاجتماعي في كمصدر للمعلومات عن الانتخابات

بينت نتائج الدراسة ، أن ما نسبته (91.5%) من الشباب البحريني يستخدمون الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات , فيما بلغت نسبة الذين لا يستخدمونها (8.5%)، الأمر الذي يعني

أن هذه الشريحة الشباب تدرك أهمية شبكات التواصل وطبيعة دورها على المستويات الشخصية والاجتماعية والسياسية, فيلجؤون إلى استخدامها, للحصول علي المعلومات اللازمة والضروية , كما أنهم من أكثر الشرائح علماً ومعرفة, لذلك فإنها تحرص على مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال . و يتفق هذا مع دراسة ميل التي اظهرت نتئجها ان نسبة 83% من الشباب يستخدمون الاعلام الاجتماعي في الانتخابات الاسترالية (*Mills*، 2014) و كذلك دراسة Kaczmirek التي بينت ان 76.9% من الشباب الالماني يستخدم الاعلام الاجتماعي في الانتخابات كمصدر مهم للمعلومات عن المرشحين (Kaczmirek ، 2014)، وكذلك دراسة **Anna** التي بينت ان 52.9 % من الشباب الهندي يعتمد علي الاعلام الاجتماعي في الانتخابات المحلية (**Anna** ، 2014)

3 : أسباب عدم استخدام الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الانتخابات

تشير نتائج الدراسة إلى أن الشباب البحريني الذين لا يستخدمون الاعلام الاجتماعي للحصول علي المعلومات عن المرشحين فقد بلغ عددهم (29) بما نسبته (9.7%) من حجم العينة, وترجع السبب في ذلك إلي عدم ثقتها في هذه الشبكات في نقل المعلومات بشكل دقيق وموضوعي بنسبة بلغت (41.3%) في المرتبة الأولى, تلاه في المرتبة الثانية ان الاعلام الاجتماعي تعد مجالا خصبا لنشر وتروّج الإشاعات المغرضة وتشويه سمعة المرشحين بنسبة (31%), بينما يفضل ما نسبته (27.5%) الاتصال المباشر مع المرشح في لقاءات مفتوحة بعيدا عن الدعاية غير مبررة لكسب أصوات الناخبين .

رابعا : العلاقة بين السمات الديموغرافية للشباب واستخدامهم للاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الانتخابات .

جدول رقم (2) العلاقة بين السمات الديموغرافية واستخدام الاعلام الاجتماعي في الانتخابات البحرينية

الاستخدام	يستخدم	لا يستخدم	$كا^2$		

السمات الديموغرافية		ك	%	ك	%		درجة الحرية	الدلالة الاحصائية
الجنس	ذكر	309	52.1	**13**	**2.1**	**0,579**	**3**	**0,901**
	أنثى	254	43.1	**16**	**2.7**			
	المجموع	**563**	**95.2**	**29**	**4.8**			
العمر	**20- 22**	145	**24,4**	**9**	**1.5**	**8,010**	**1**	**0,005**
	23-25عاماً	233	**39.3**	**11**	**1.8**			
	25 – ما فوق	185	**31.3**	**9**	**1.5**			
	المجموع	563	**95.2**	**29**	**4.8**			

وحول العلاقة بين السمات الديموغرافية للشباب البحريني , واستخدامهم للاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الانتخابات , تشير النتائج الي عدم وجد علاقة إحصائية بين العمر, والاعتماد علي الشبكات، حيث بلغت قيمة كا^2 (0,579), وبين الجنس والاستخدام حيث بلغت قيمة كا^2 8.010, وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0,05$)

4 : نوع الاعلام الاجتماعي التي يستخدمها استخدام الشباب البحريني كمصدر للمعلومات في الانتخابات

جدول رقم (3) يبين نوع الاعلام الاجتماعي المستخدم كمصدر للمعلومات في الانتخابات .

ر	الاعلام الاجتماعي	عالية جدا	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا
1	الانستغرام	18.2	22.7	22.9	12.4	23.8
2	التويتر	34.7	17	21	9.1	18.2
4	الفيس بوك	25	17.6	23.8	10.3	23.3
5	اليوتيوب	12.5	21	13.1	18.1	35.3
6	غوغل بلس	11,9	19.5	31.8	10.9	25.9
7	الواتس اب	12.5	25	26,1	22.1	14.3
8	ماى سبيس	–	–	2,1	9.5	97.8
9	لينكد إن	1,7	2,4	1.9	44.6	49.4

الهدف من الدراسة هو التعرف على استخدام الشباب البحريني لالاعلام الاجتماعي في الانتخابات البرلمانية والبلدية ، فقد تم الطلب من كل فرد من أفراد العينة وضع تقييم شخصي لدرجة استخدامه لكل شبكة من الشبكات الواردة ضمن قائمة تضم عددًا من الشبكات الاجتماعية التي عادة ما تستخدم في العملية الانتخابية، وقد اعتمد على نموذج روجرز (’Rogers) في تصنيف انتشار المبتكرات عند وضع المقياس الخاص بالتقويم، الذي تكون من خمس درجات هي =1 :عالية جدا، =2 عالية، =3 متوسطة، =4منخفضة، =5 منخفضة جدا. تظهر نتائج تحليل درجة استخدام الشباب البحريني لالاعلام الاجتماعي في الانتخابات ، أن من بين أكثر الشبكات استخداما في الانتخابية هي التويتر و يرجع الامر الي ان عدد مستخدمي التوتير من الشباب في البحرين يصل الي 410 الف مستخدم من اجمالي عدد السكان مليون نصف نسمة وفقا لتقرير الاعلام الاجتماعي الرابع الصادر في دبي 2014 ، إذ إنه

يستخدم بدرجة عالية جدا من قبل 34.7 % من المجموع الكلي للشباب الذين شملتهم الدراسة، وبدرجة عالية من قبل 17% وبدرجة متوسطة بنسبة 21 % ، يلي ذلك الانستغرام حيث وصلت نسبة الذين يستخدمونها بنسبة عالية جدا 18.2 % ، و 22.7% بدرجة عالية، و 22.9 % بدرجة متوسطة، بينما بلغت نسبة الشباب البحريني الذين يستقون المعلومات من الفيس بوك ، بدرجة عالية جدا ما يقارب 25 % ، أما الذين يستخدمونها بدرجة عالية فوصلت 17.6 %، , وهذا ينسجم مع نتائج تقرير الاعلام الاجتماعي الرابع الصادر عن و كلية الادارة الحكومية في دبي في 2014 ، الذي بين ان عدد مستخدمي الفيس بوك في البحرين 360 الف نسبة 64 % من الشباب, ويتفق مع النتائج التي توصل اليها في دراسة حول استخدام الشباب الجامعي البحريني للفيس بوك بنسة بلغت 62.8 % (الزياني ، 2015) .وجاءت نتائج دراسة علاونة متطابقة مع هذه النتائج فقد بلغت نسبة مستخدمي التوتير 27.3 % من . **(علاونة ، 2012)** ، و شكلت نسبة الشباب البحريني الذين يستخدمون اليوتيوب بدرجة عالية جدا 12.5 %، وبدرجة عالية 25 % وبدرجة متوسطة 26.1 % .كذلك بلغت نسبة الذين يستخدمون الواتس اب ، بدرجة عالية جدا 12.5 %، ، وبدرجة عالية 21 % ، وبدرجة متوسطة 13.1 % ، وشكلت نسبة الشباب الليبي الذين يستخدمون غوغل بلس بدرجة عالية 11,9 % وبدرجة عالية 19,5 % ودرجة عالية 31,8 % .

من ناحية أخرى فقد دلت النتائج أن الشباب البحريني الذين شاركوا في الدراسة ، مازالوا يندرجون ضمن أحد الأصناف الخمسة لفئات متبني الإبداع التي حددها (Rogers) روجرز في نموذجه :المبدعون، المتبنون الأولون، الأغلبية الأولى، الأغلبية المتأخرة، المتأخرون، مع التفاوت في نسبة كلّ منهم، غير أن الملاحظة الأكثر أهمية هو أن هناك فرقا بينها في نسبة ذلك الاستخدام بين المتبنين الأولين وبين ما يليها من أقسام المتبنين الذين يمثلون حسبما ما أكدته نتائج هذه الدراسة النسبة الأكثر ضمن هذه

الأصناف، وهذا هو ما يجب أخذه بعين الاعتبار وإعطاؤه الأولوية عند التخطيط لاستخدام الاعلام الاجتماعي في الانتخابات .

أما الشبكات الأقل استخداما أو تكاد معدومة، من قبل الشباب البحريني فتشمل ماى سبيس، السناب شات ، لينكد إن . يتبين من هذه النتائج أن الشباب البحريني من حيث استخدامهم للاعلام الاجتماعي في الانتخابات لم يصلوا بعد إلى ما سماه (Rogers) روجرز بالكتلة الحرجة "critical mass" التي يمكن أن تحدث عندما يتبنى عدد كبير من الأفراد ابتكار معينًا ، إذ تشير تلك النتائج إلى أن معدل الاستخدام العام كما هو موضح في نتائج هذه الدراسة ب(91.5%) من الشباب البحريني يستخدمون الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الانتخابات ، تعد مرتفعة ، مما يدل على استمرارية سيادة وسيطرة التوتير والفيس بوك التي سهلة الاستخدام للجميع .

5 : دوافع مشاركة الشباب في الانتخابات البرلمانية بفعل الاعلام الاجتماعي.

تشير نتائج الدراسة الي أن دافع "ان الاعلام الاجتماعي تقدم معلومات عن المرشح الانتخابي وبرنامجه ، لا تقدمها وسائل الإعلام " احتل المرتبة الأولى بين دوافع اعتماد الشباب البحريني علي الاعلام الاجتماعي للمشاركة في الانتخابات ، وبما نسبته 30,5 %, وجاء دافع "حصول الشباب البحريني على معلومات وآراء عن المرشح ، من خلال الاعلام الاجتماعي أسهل من وسائل الاعلام " في المرتبة الثانية وبما نسبته20,1% ، بينما جاء دافع " القدرة علي التواصل من خلالها مع مصادر مختلفة بشأن الانتخابات " في المرتبة الثالثة وبما نسبته 14.4% , كما بينت النتائج ان الشباب البحريني يعتمد علي الاعلام الاجتماعي باعتبارها تعرض وجهات نظر متعددة ومختلفة حول المرشحين وبرامجهم وتحالفاتهم الانتخابية ، في المرتبة الرابعة وبنسبة 14,3%,وجاء دافع ان شبكات التواصل تحقق السبق علي وسائل الإعلام التقليدية في عرض الأخبار والمعلومات المتعلقة بالمرشحين ، في المرتبة الخامسة بنسبة 10,5% , فيما احتل دافع " أن الاعلام الاجتماعي تحقق عنصر التفاعل مع ما ينشره المرشح من

موضوعات حول برنامجه الانتخابي " المرتبة السادسة وبما نسبته 10,2%. ويتفق ذلك مع النتائج التي توصل اليها دراسة حول استخدام الشباب البحريني للفيس بوك حيث جاءت دوافع التعبير عن الاراء والمناقشات السياسية و تبادل المعلومات في الشأن العام بنسبة بلغت 38.9 % من اجمالي الدوافع النفعية ، (الزياني ، 2015) ، كذلك جاءت نتائج دراسة علاونة ان 24,3% من الشباب الاردني يستخدم الاعلام الاجتماعي لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية والحصول علي معلومات تساعد في المشاركة السياسية . (علاونة ، 2012) ، وتظهر دراسة *Mills* ان 54.9 % من الشباب الاسترالي يستخدمون الاعلام الاجتماعي بدافع التعرف علي البرامج الانتخابية و الحملات الانتخابية للمرشحين (*Mills*، 2014) ، في حين تقل النسبة عند الشباب الالماني بنسة 16.8 % منهم يعتقدون ان الاعلام الاجتماعي تكفي وحدها للتعرف علي البرامج الانتخابية والمرشحين. (Kaczmirek، 2014) ، بينما اظهرت نتائج دراسة عبدالقوي ، أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفيسبوك لأغراض سياسية بلغت (7ر50%)، وأظهرت أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الـ Facebook، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب، نحو المضامين السياسية المثارة على (الفيس بوك). (**عبد القوي** ، 2009) .

من هذه النتائج يتضح ، أن دوافع اعتماد الشباب البحريني علي الاعلام الاجتماعي متقاربة ، لأن هذه الشباب متقاربين طريقة تعاملهم مع الاعلام الاجتماعي من الناحية ، و في مستويات التعليم والوعي باهمية المشاركة السياسية من ناحية اخرى , كما يتبين لنا أن الشباب مهتمون بالحصول على المعلومات عن المرشحين وبرامجهم الانتخابية ، بشكل اكثر سهولة و بطريقة تفاعلية ما ما ينشر في هذه الشبكات من خلال التعليق عليها, هي الميزة التي تتوافر بشكل كبير في شبكات الاعلام الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام، لذا فقد حفزت هذه الميزات التي توفرها الاعلام الاجتماعي الشباب علي للمشاركة في الانتخابات البرلمانية والبلدية .

6 : مدي توفر المعلومات عن المرشحين وبرنامجه الانتخابي في الاعلام الاجتماعي .

تشير النتائج إلى أن ما نسبته 49.5% من الشباب البحريني يرون أن المعلومات متوافرة باستمرار عن المرشحين وبرامجهم الانتخابية ، بينما يعتقد 32 % بأن تلك المعلومات متوافرة أحيانا، أما الذين يعتبرون تلك المعلومات غير متوافرة فقد وصلت نسبتهم إلي 18.4 %. يستنتج من التحليل الإحصائي لهذه الجزئية أن غالبية الشباب شاركوا في الانتخابات يرون أن المعلومات متوافرة باستمرار، وهذا يشير إيجابا إلى اهتمام المرشحين بتوفير المعلومات للمتلقي عبر الاعلام الاجتماعي المتعددة. في دراسة ان اظهرت النتائج ان 26.8 من الشباب الهندي يعتقدون بتوفر المعلومات عن الرامج الانتخابية بشكل كبير (**Anna، 2014**) ، وتظهر دراسة ***Mills*** ان 31.8% من الشباب الاسترالي يعتقدون ان الاعلام الاجتماعي توفر معلومات البرامج الانتخابية و الحملات الانتخابية للمرشحين بشكل جيد (***Mills*، 2014**) ، في حين ترتفع النسبة عند الشباب الالماني بنسة 33.1 % يعتقدون ان الاعلام الاجتماعي توفر معلومات علي البرامج الانتخابية والمرشحين بشكل كبير . **(Kaczmirek ، 2014)** .

7 : الصعوبات التي تعيق استخدام الشباب البحريني للاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الانتخابات.

تشير نتائج الدراسة الي أن غالبية الشباب الذين شملتهم الدراسة، قد اتفقوا على أن من أهم الصعوبات التي واجهتهم في استخدام الاعلام الاجتماعي هي عدم تأكدهم من المعلومات التي تنشر عن المرشحين في الدرجة الأولي بنسبة 19.2 % ، يليه عدم توفر الوقت الكافي للتعرف على هذه الشبكات بنسبة 18.5 %، ، في المقابل نجد أن غالبية العينة الذين شملتهم الدراسة لا يوافقون على أن الخوف من استخدام الاعلام الاجتماعي يحول بينهم وبين استخدامها في العملية الانتخابية بنسبة 21.8 %، كما وصلت نسبة الذين لا يرون أن الصعوبة في التعامل مع الشبكات الاجتماعية تشكل

عائقا لاستخدام تلك الشبكات في العملية الانتخابية إلى ما يقارب 21.5 % ، بينما بلغت نسبة الذين لا يعتقدون بأنها لا تدخل ضمن اهتماماتهم في مجال الانتخابات إلى حوالي درجة متدنية جدا 3.4 % من مجموع عينة الدراسة. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي لهذه النتائج أن هناك عددًا من الصعوبات التي أكد الشباب البحريني موافقتهم عليها بدرجات متفاوتة تعيقهم عن تحقيق الاستفادة من استخدام الاعلام الاجتماعي في الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات في الانتخابات ، إضافة إلى عدد من المعوقات ذات الطبيعة الخاصة بالبيئة العامة للمجتمع البحريني . في دراسة ميل اظهرت النتائج ان 9.8 من الشباب الاسترالي يقر بوجود عوائق حول الاعتماد علي الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن المرشحين ، ويعزو الامر الاعتقاد بصدقية الصفحات الخاصة بالمرشحين وصدق المعلومات الموجودة بها (***Mills*** ، **2014**) ، ، وكذلك وتظهر دراسة **Kaczmirek** ان 3.8 % من الشباب الالماني يؤكد علي وجود صعوبات في استخدام الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الحملات الانتخابية و للمرشحين ويعود ذلك الي الثقة فيما ينشر علي الصفحات الرسمية للمرشحين و معرفتهم الجيدة في استخدام تلك الشبكات . **(Kaczmirek، 2014)** .

8 : اعتماد الشباب البحريني على الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في تكوين الآراء تجاه المرشحين للانتخابات

جدول رقم (4) يبين الاعتماد على الاعلام الاجتماعي في تكوين الآراء عن المرشحين

اعتماد الشباب علي الاعلام الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاعلام الاجتماعي ينفرد بقدرتها على تكوين رأي عام	**2.26**	**0.753**

الاعلام الاجتماعي من تقديم اراء متعددة عن المرشح للجمهور تسهم في تشكيل موقف منه	**2.51**	**0.617**
الاعلام الاجتماعي لا يمكن الاعتماد عليها في السياسة وينحصر الاعتماد عليها في الأمور الشخصية فقط	**2.09**	**0.809**
شبكات الاعلام الاجتماعي تسمح بحشد الجمهور وراء مرشح محدد	**2.58**	**0.571**
شبكة الاعلام الاجتماعي تكون اجماعا حول المرشح من خلال تكون مجموعات متفقة عليه و تؤيد برنامجه الانتخابي	**2.30**	**0.696**
الاعلام الاجتماعي غير موثوق بها في الانتخابات كمصدر للأخبار والمعلومات	**2.10**	**0.791**

تشير نتائج الدراسة إلى أن الاعلام الاجتماعي تسمح بحشد الجمهور وراء مرشح محدد ، احتل المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ **2.58**, وجاء في المرتبة الثانية أن "شبكة الاعلام الاجتماعي تكون اجماعا حول المرشح من خلال تكون مجموعات متفقة عليه و تؤيد برنامجه الانتخابي ، المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ **2.51** ، وجاء في المرتبة الثالثة أن "" الاعلام الاجتماعي قادرة علي تقديم اراء متعددة عن المرشح للجمهور تسهم في تشكيل موقف ، بمتوسط حسابي بلغ **2.30** ، تلاه أن " منه الاعلام الاجتماعي تنفرد بقدرتها على تكوين رأي عام حول المرشح في المرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي بلغ **2.26** , وجاء في المرتبة الخامسة ، "الاعلام الاجتماعي غير موثوق بها في الانتخابات بمتوسط حسابي. **2.10**, وأخيراً الرأي بأن "الاعلام الاجتماعي لا يمكن الاعتماد عليها في السياسة وينحصر الاعتماد عليها في الأمور الشخصية فقط بمتوسط حسابي بلغ **2.09**.

وهو الأمر الذي يوضح إن الاعلام الاجتماعي يمكن اعتبارها مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليه في تكوين الآراء تجاه بعض المرشحين وبرامجهم الانتخابية أكثر من الوسائل الاتصال الأخرى, ويأتي هذا مؤيدا لنتائج بعض الدراسات السابقة التي أوضحت الدور المتعاظم لالاعلام الاجتماعي خلال التحولات والحراك السياسي الذي يشهده العالم العربي .

النتائج العامة للدراسة .

حاولت هذه الدراسة التعرف على درجة استخدام الشباب البحريني الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الانتخابات البرلمانية والبلدية البحرينية ، وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج من، أهمها:

1. أن هناك تباينا واضحا في الاستخدام الشبكات، ويعد في مجمله مرتقع نسبيا .
2. أكدت الدراسة علي ان التوتير والفيسبوك والانستغرام من اكثر شبكات الاعلام الاجتماعي التي تستخدم من قبل الشباب كمصدر للمعلومات حول المرشحين للانتخابات و برامجهم الانتخابية.
3. إن غالبية أعضاء العينة المشاركين في الدراسة يوافقون على وجود صعوبات تعيق استخدامهم للاعلام الاجتماعي في العملية الانتخابية، خاصة فيما يتعلق بالثقة في المعلومات المنشورة علي المرشحين علي شبكات التواصل .
4. أكدت نتائج الدراسة أن جمهور الشباب البحريني يرون أن الاعلام الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها في تكوين الآراء تجاه مرشح لأنها تقدم الحقيقة, فضلاً عن أنها تسمح بحشد الجمهور وراء مرشح معين.
5. أكدت الدراسة اعتماد الشباب البحريني بشكل كبير علي الاعلام الاجتماعي في اتخاد قرارهم في المشاركة في الانتخابات .
6. أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للشباب (العمر,الجنس)، وبين استخدام الاعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الحملات الانتخابية.

التوصيات :

1. **اقامة دورات وورش عمل حول كيفية الاستفادة من الاعلام الاجتماعي في العمل السياسي وخاصة في الحملات الانتخابية .**
2. **العمل علي تطوير اليات التعامل مع الاعلام الاجتماعي من قبل المرشحين للانتخابات وتوضيح كيفية الاستفادة من الاعلام الاجتماعي في التسويق السياسي.**
3. **فتح المجال امام الشباب للتعلم طرق الاستفادة من الاعلام الاجتماعي في موضوعات مهمة تسهم في تطوير المجتمع .**
4. **العمل علي خلق شراكة مجتمعية بين المؤسسات الحكومية والشباب ومؤسسات المهتمة بالاعلام الاجتماعي في البحرين لتوظيف الاعلام الاجتماعي في تحقيق تنمية سياسية واقتصادية واجتماعية**

المراجع:

1. الداغر, مجدي (2011), المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة الأميركية, المؤتمر العلمي, دور وسائل الاعلام في التحولات المجتمعية في الوطن العربي, كلية الإعلام, جامعة اليرموك, إربد.

2. المغربي، كامل محمد (2007)، أساليب البحث العلمي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.

3. عبد الحميد، محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة.

4. رضوان, أحمد (2011), اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011, المؤتمر العلمي – دور وسائل الإعلام في التحولات المجتمعية, كلية الإعلام, جامعة اليرموك, إربد

5. زكريا، نرمين (2009)، الآثار النفسية والإجتماعية لإستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الإجتماعية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

6. زين الدين ، محمد ,تأثيرات أنماط الاقتراع على مسألة الانتقال الديمقراطي"، (2006) ,الحوار المتمدن ، العدد.1741 .

7. عبد القوي، محمود حمدي، (2009) دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة

8. عبدالمقصود, هشام (2009) خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديدة, مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر, الجزء الثاني, كلية الإعلام, جامعة القاهرة.

9. عزي، عبير ابراهيم (2009)، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

10. عليان، ربحي مصطفى وغنيم، محمد عثمان (2000)، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان

11. مكاوي ، حسن عماد ،(2003) " الاتصال ونظرياته المعاصرة " ،ط4،، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ،مصر.

12. مراد, كامل خورشيد (2011), دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي – الاعلام الاجتماعي نموذجاً, المؤتمر العلمي " وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير" , كلية الإعلام جامعة البتراء, عمان.

13. Alley, L. R. (1996). Technology precipitates reflective teaching: An instructional epiphany. Change, 28 (2), 49-54.

14. A, Milton. , (1992) "Bound but Gagged: Media Reform in Democratic Transition " , Comparative Political Studies , vol , 34 , No, 5, 2001, pp. 493-527.

15. Craig, (ed) , Habermas and The Public Sphere .Calhoun (Cambridge:The Mit Press , 1992) pp – 1-48 .

16. Constantinides, E., 2009. Social media / Web 2.0 as marketing parameter: an introduction. *8th International congres marketing trends.* Paris, France. [online] Available at: <http://www.marketing-trends-congress.com/content/social-media-web-20-marketing-parameter-introduction> [Accessed 12 April 2012].

17. Gager, A. K. & A. H. Lokman (1999). Impacts of ICT in education. The role of the teacher and teacher training. Paper Presented at the European Conference on Educational Research, Lahti, Finland 22-25 September, 56-60.

18. Rogers, E.M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York: Free Press.

19. Green, K. (1999). The continuing challenge of instructional integration and user support. The Campus ComputingProject [On-line]. <http://www.campuscomputing.net>, [accessed 7.2.2004].

20. Hall, Richard A, , and o'Neil. Patrick H, " Institutions,(1998), "Transition, and the Media: A Comparison of Hungary and Romania", in: Communicating Democracy: the media and political Transitions, p.H, O'Neil. (ed) ,(Boulder: lynne Rienner , 1998) . Pp 125-143.

21. Johnson, James, (2007) "Public sphere, postmeclernism and polimic, the American political Science", Vol.88,No.2.pp 125 – 140.

22. Habermas, Jurgen, (1989) "Structural Transformation of The Public Sphere" (Cambridge , MA: Mit Press ,1989) pp. 171 – 179.

23. Kaczmirek, L.,and other, (2014) Social Media Monitoring of the Campaigns for the 2013 German Bundestag Elections on Facebook and Twitter, pp 15-31, Avialableat :http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis_reihen/gesis_arbeitsberichte/WorkingPapers_2014-31.pdf

24. Kagima, Leah Keino & Cheryl O. Hausafus. (2000). Integration of electronic communication in higher education: contributions of faculty computer self-efficacy. The Internet and Higher Eduxcation, 2 (4), 221-235.

25. Rgary D..(2005) " political Communication and .Rawnsley democracy ", (New york: Palgrave , Macmillan ,) pp.1-35.

26. Richardson, W., 2009. *Blogs, wikis, podcasts and other powerful web tools for classrooms*. USA: Corwin Press, A Sage Company.

27. S. Arulchelvan, Anna, (2014) , New Media Communication Strategies for Election Campaigns: Experiences of Indian Political Parties, Online Journal of Communication and Media Technologies, Volume: 4 – Issue: 3 – July -.pp 41-56 Avialable at: http://www.ojcmt.net/articles/43/436.pdf

.28 Gilbert, W.. (1995). To promote academic justice and .Steven excellence: Information technology: Aroad to the future? National Education Association of the United States (1995)

.29 *Stephen Mills* , (2014) **USE OF SOCIAL MEDIA IN POLITICS BY YOUNG PEOPLE IN AUSTRALASIA** Avialable at: .http://www.kas.de/wf/doc/kas_35939-1522-1-30.pdf?131105092616

.30 Uperaft, M. Lee & Patrick T. Terenzini. (2002)." Looking beyond the horizon: Trends shaping nstudent affaires"Technology"" . In: Cynthia S. Johnson & Harold E. Cheatham, eds, Higher education trends for the next century: A research agenda for student success.<http://www.acpa.nche.edu/seniorschoolars/trends/trends.htm>, [accessed 15.2.2004]

الإعلام والاتصال والمسؤولية المجتمعية

أ.فاديا بو مجاهد أبي فراج

قسم الدكتوراه في الجامعة اللبنانية

تمهيد

الإعلامُ والاتصالُ والمسؤوليةُ المجتمعيةُ كلُّها عناوينُ مهمةٌ تقومُ على الإخبارِ وإيصالِ المعلوماتِ والتواصلِ السليمِ بالآخرين، بهدفِ تكوينِ قاعدةٍ فكريةٍ ثقافيةٍ صُلبةٍ، تتحمّلُ مسؤوليةَ بناءِ الذاتِ أولاً، ثم الدفاعِ عنِ المجتمعِ ونُصرةِ قضاياه الحقّةِ ثانيًا.

فالإعلامُ والاتّصالُ وسيلتان فعّالتان منْ وسائلِ الإخبارِ والتفاعلِ والتشاركِ بين أطرافٍ عدّة، هدفُها نَقْلُ المعرفةِ وتَوْسِعةِ ظلالِها ورفْعِ مستوى المتلقّين لها والحضّ على ممارستِها وتطبيقِها، مع ما يرافقُ ذلك من تطوّرٍ متلاحقٍ. وقد "تنوّعَتْ وسائلُ الإعلامِ وتعدّدتْ مظاهِرُها، لأهميّةِ دَوْرِها وخطورتِها في توجيهِ الشعوبِ إيجابًا أو سلبًا؛ ولذلك انصبّتِ الجهودُ العالميّةُ– في ميادينِ الحياةِ كلّها– على تطويرِ هذه الوسائل، واختراعِ وسائلَ جديدةٍ حديثةٍ، لنَيْلِ قَصَبِ السَّبْق في الوصولِ إلى العقولِ والنفوسِ والتأثيرِ فيها تحقيقًا للمبتغى المنشود"[157].

1– مفهوما الإعلام والاتصال لغةً واصطلاحًا:

الإعلام كما ورد في معاجمِ اللغةِ [158]:

"أَعْلَمَ فلانٌ الخبرَ: أخبرَهُ به. جعلَهُ عالِمًا به.

[157] سمير كبريت: اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام، ط1، دار النهضة العربية، بيروت 2010م، ص 35.

[158] ابن منظور، محمد بن مكرم: لسان العرب المحيط، د.ط، دار لسان العرب، بيروت، د. ت. ج2، ص 870.

الإعلامُ : الإخبارُ – إيصالُ الخبرِ إلى الآخرين".

ويقصدُ بالإعلامِ نشرُ الأخبارِ والمعلوماتِ التي ترتكزُ على الصّدقِ والصّراحةِ ومخاطبةِ عقولِ الجماهيرِ وعواطفِهم والارتقاءِ بمستوى آرائِهم.

والإعلامُ اصطلاحًا، "أسلوبٌ حضاريٌّ حديثٌ، يخاطبُ الشعوبَ والأممَ بطرائِقَ شتى، صَوْتًا وصورةً وكتابةً ورمزًا. وهو يمدُّها بالقوّةِ والحماسةِ والمتعةِ ساعةَ تواجهُ الأخطارَ، وقد يكونُ مصدرَ تهديدٍ لها وتهديمٍ وإذلالٍ منَ الخصومِ والأعداءِ ساعةَ تكونُ ضعيفةً مستسلمةً."[159]

يقول الدكتور مجدي عزيز إبراهيم[160]:

"يعرَّفُ الإعلامُ اصطلاحًا بأنَّهُ أسلوبٌ فاعلٌ مِنْ أجلِ تحقيقِ:

- تزويدِ الجماهيرِ بقَدْرٍ كبيرٍمنَ المعلوماتِ الصحيحةِ والحقائقِ الواضحةِ.
- تزويدِ الناسِ بأخبارٍ صحيحةٍ ودقيقةٍ تساعدُهم على تكوينِ رأيٍ صائبٍ في المشكلاتِ الحيويّةِ التي تهمُّهُم.
- الرسالةِ التي تمثّلُ لغةَ العصرِ وسِمَتَهُ، والتي تنقلُها وسائلُ وأدواتُ الاتّصالِ... وإنّما تمتدُ أيضًا لتشملَ الجوانبَ المختلفةَ للأمورِ ذاتِ العلاقةِ المباشرةِ بالثقافةِ والترفيهِ والتوجيهِ والدعايةِ والإعلانِ.
- الرسالةِ التي تسهمُ في تغييرِ الاتجاهِ النفسيّ للإنسانِ نحوَ الأفضلِ".

أمّا الاتّصالُ لغَةً، فقد قال فيه ابن منظور [161] :

"اتّصل الشيء بالشيء: لم ينقطع.

اتّصلَ الرجلُ : انتسبَ.

---

[159] سمير كبريت: اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام، ص 33.

[160] مجدي عزيز ابراهيم: معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلّم، ط1،عالم الكتب، القاهرة 2009 م، ص131.

[161] ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب المحيط، ج3،ص936.

الوُصْلةُ   : ما اتصّلَ بالشيءِ (ج) وُصَل."

أمّا الاتّصالُ اصطلاحًا، فقد قال فيه الدكتور مجدي عزيز إبراهيم[162]:

"هو العمليةُ التي من خلالِها أو عن طريقِها يمكنُ نَقْلُ فكرةٍ أو معلومةٍ (الرسالة) منْ فردٍ أو مجموعةٍ (المرسل) أو فردٍ أو مجموعةٍ أخرى (المستقبل). يهدفُ الاتصالُ إلى تبادلِ الآراءِ أو الأفكارِ أو المعلوماتِ عن طريقِ الكلامِ أو الكتابةِ أو الإشارةِ." ثمَّ يُتابعُ قائلاً[163] :

"الاتّصالُ الجماهيريُّ، ويُوَجَّهُ إلى عددٍ كبيرٍ منَ الأفرادِ، ويتحقَّقُ عنْ طريقِ الإذاعةِ والتلفازِ والصحافةِ".

يقولُ الدكتور السيّد عليوه[164]:

"يمكنُ تعريفُ الاتصالِ بالجماهيرِ بأنّه بثُّ رسائلَ واقعيةٍ أو خياليّةٍ موحّدةٍ على أعدادٍ كبيرةٍ منَ الناسِ يختلفون فيما بينهم منَ النواحي الاقتصاديةِ والاجتماعيةِ والثقافيةِ والسياسيةِ، وينتشرون في مناطقَ متفرّقةٍ... الاتصالُ في أوسعِ معانيه، يعني نَقْلَ الأفكارِ أو المعلوماتِ من جهةٍ لأخرى. عندما نقومُ بعمليةِ الاتصالِ فإنَّ هذا يعني أنّنا نحاولُ أن نخلقَ شيئًا مشتركًا بينَ شخصَيْن على الأقلّ".

❖ الإعلامُ والاتصالُ والمسؤوليةُ المجتمعيةُ

الإعلامُ وسيلةٌ منْ وسائلِ الاتصالِ بالمجتمعِ، أفرادًا كانوا أو جماعاتٍ أو شعوبًا أو أممًا، وقد تلمّسَ طريقه إلى مختلفِ البيئاتِ الاجتماعيةِ، وكانتْ له مكانَته المؤثّرةُ في جميعِ العصورِ، وعرَفَتْهُ

[162] مجدي عزيز إبراهيم: معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلّوم، ص29.
[163] المرجع نفسه. ص30.
[164] السيد عليوه: إستراتيجية الإعلام العربي، د.ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1990م، ص 82-84.

البشريةُ في صُوَرٍ متعدّدةٍ بدائيةٍ قياسًا إلى عالمِ اليومِ المتحضِّرِ منْ خلالِ نماذجَ متعدّدةٍ، كالرّسمِ والنّداء نحوَ البعيدِ وإصدارِ الاصواتِ والدّقِ على الطبولِ والحَفْرِ ووضعِ الإشاراتِ وتكوينِ حلقاتِ الدخانِ وغيرِ ذلك، كما مَثَّلَتْ مطالعُ النجومِ مواقعَ إعلاميّةً يستهدي بها السائرون في البرِّ والبحرِ ليلاً.

والاتصالُ أسلوبٌ إنسانيٌّ من أساليبِ التواصلِ الاجتماعيّ بين الناسِ، وبدونِهِ ينعزلون عن بعضِهم بعضًا، فتتخلّفُ الشعوبُ وينتشُر الجهلُ، وتصبحُ الحياةُ شاقّةً وصعبةً؛ وهذا الاتصالُ بين الناسِ أسْهَمَ في إيصالِ الحضارةِ الإنسانيةِ إلى الأحوالِ التي أصبحَتْ عليها اليومَ، منْ تقدّمٍ وتطوّرٍ، فَضْلاً عن دورِهِ في تكوينِ الأسرةِ والشعبِ والأمةِ.

والإعلام عبر التاريخ، استند إلى أسس سياسية أو اجتماعية او تجارية او لغوية أو دينية، عن طريق نقل الأفكار والمبادئ، والتّلاقي والتفاعل، والتجارة والاكتشاف، والمنشورات والكتب، والرسالات السماوية بما تحويه من قيم وأفكار سامية، وكلّها تقرّب بين البشر، وتربط بينهم، وتجعلهم يتفاعلون تفاعلاً مثمرًا بين بعضهم بعضًا.

فالإعلامُ لهُ مسؤوليةٌ اجتماعيةٌ كبرى، لأنه يتناولُ جميعَ قضايا المجتمعِ، وخصوصًا تلك التي تهدّدُهُ، أو تعملُ على تخلّفِهِ، أو تمنعُهُ منْ أنْ يؤدّيَ دورَهُ في تقويمِ الانحرافاتِ الفكريّةِ والسلوكيّةِ. ويمكنُ للإعلامِ بوسائلِهِ المختلفةِ، المقروءةِ والمكتوبةِ والمسموعةِ والمرئيّةِ، أن يُسْهِمَ بتأثيراته المتنوّعةِ، من أجلِ القضايا الوطنيةِ على الصُّعُد المختلفةِ، التحرّرِ والاستقلالِ والحريّةِ والدستورِ والقانون، كما كان الأمرُ في المراحلِ الماضيةِ– عصرِ النهضةِ– "فالصِّحافةُ– وهي لسانُ الإعلامِ– كانتِ المنبرَ والوسيلةَ والواجهةَ للمدافعين عن الاستقلالِ وعن قيمِ الحريةِ والديموقراطية".[165]

---

[165] الآباء المؤسسون الصحافة اللبنانية: معرض ميشال زكور، ط1، منشورات الجامعة الأنطونية، لبنان 2014 م، ص 68 (مقالة للأديبة يمنى الشكر غريّب)

"والإعلامُ يتناولُ الحياةَ الإنسانيةَ في جميعِ أمورِها وقضاياها، ويهتمُّ بالأمورِ الآتيةِ: التوجيهِ – الإرشادِ– النقدِ– التقويمِ– الهدايةِ– الإيضاحِ– العرضِ– النصحِ– الموافقةِ– الرفضِ– الكشفِ– التأثيرِ في النفوسِ إيجابًا أو سلبًا"[166].

"إنّ منْ واجبِ الصّحافيّ– بالإضافةِ إلى عملِهِ الإعلاميّ– واجبًا شديدَ الأهميةِ الاجتماعيةِ، هو واجبُ تثقيفِ المجتمعِ ورفعِ مستواه الفكريّ"[167].

إنّ كثرةَ تأليفِ الكتبِ والدراساتِ والأبحاثِ عنِ الإعلامِ والاتّصالِ، تؤكّدُ تعاظمَ أهميةِ الإعلامِ في العصرِ الحديثِ– عصرِ التقنيةِ والمعلوماتيةِ– وسيزدادُ هذا التعاظمُ استنادًا إلى التطوراتِ التِّقَنيّةِ المتلاحقةِ في عالمِ الاتّصالاتِ؛ وليس بمستغربٍ اليومَ، القولُ إنّ الحداثةَ التي أصابَتِ النُّظُمَ المختلفةَ: الاقتصاديةَ والسياسيةَ والتعليميةَ والتربويةَ والعسكريةَ وغيرَ ذلك، أساسُها النظامُ الإعلاميُّ الذي وَفَّرَ للمجتمعِ البشريّ وسائلَ المعرفةِ، وطرائقَ التواصلِ، وسُبُلَ التّعاونِ.

لقد أصبحَتْ مناهجُ الإعلامِ وأنظمةِ التواصلِ أو الاتصالِ قضيةً سياسيةً واجتماعيةً وعلميةً شديدةَ الخطورةِ، تؤثّرُ في صياغةِ وجهاتِ نظرِ الناسِ، وفي العلاقةِ بين الطبقاتِ والقوى الاجتماعيةِ، وهي تستندُ إلى ثلاثِ مسائلَ أساسيةٍ هي المنهجُ المتّبعُ، والمضمونُ الفكريُّ، والهدفُ المقصودُ.

كما أنّ وسائلَ الاتصالِ بالناسِ، قد تتمثّلُ في أدواتٍ وأجهزةٍ لتثقيفِهم وتوعيتِهم بحقائقِ العصرِ الذي يعيشون فيه، وحقائقِ المجتمعِ الذي يرتبطُ مصيرُها بهِ، ولتعليمِهم أنواعَ المعرفةِ المختلفةِ. ويمكنُ لهذه الأدواتِ والأجهزةِ أن يُساءَ استخدامُها، لتصبحَ وسائلُ الاتصالِ بالناسِ والتواصلِ معهم سبيلاً لنشرِ الثقافةِ المدمّرةِ القائمةِ على العنفِ، فيغيبُ الإحساسُ بمسؤوليةِ المواطنِ والمؤسساتِ بالمسؤوليةِ الاجتماعيةِ، ويضمحلُّ تأثيرُ العقلِ في تفكيرِ الإنسانِ وسلوكِهِ فيزولُ دورُ كلٍّ منهما، وهو الأمرُ الذي يؤدّي إلى دمارِ المجتمعِ والوطنِ؛ وقد يتطوّرُ هذا التأثيرُ السيّءُ ليهدمَ العلائقَ المشتركةَ بين الشعوبِ وبين الأممِ. وسواء

[166] سمير كبريت: اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام، ص 34
[167] المرجع نفسه. ص 38

كان التوجُّهُ الإعلاميُّ نحوَ المواطنين أو نحوَ مؤسساتِ الوطنِ، فإن ذلك كلَّهُ يسمّى الرأيَ العام. والهدفُ منَ التواصلِ اطّلاعُ الآخرين على ما يُرادُ اطّلاعُهم عليه منَ القضايا المتنوعةِ، والتأثيرُ فيهم ليتمَّ الاستيعابُ والإقناعُ، ومِنْ ثَمَّ يحدثُ الجَذْبُ والاستمالةُ.

إنّ وسائلَ الاتصالِ الحديثةِ تمكّنُ من الوصولِ إلى عددٍ كبيرٍ ومتزايدٍ منَ الناسِ بسرعةٍ كبيرةٍ، وينبغي على أصحابِ هذه الوسائلِ الاتّصالُ بالآخرين بخطابٍ إعلاميٍ يتّسِمُ بالصّدقِ والصّحةِ والوضوحِ والثّقةِ؛ وبالأفكارِ المنّظمةِ المترابطةِ القيّمة؛ وبالموضوعاتِ المهمّةِ الشيّقةِ مع التكرارِ والتبسيطِ، للتأكيدِ والتقريبِ والجذبِ والتأييدِ، فضلاً عن استثارةِ القِيَمِ، وتنشيطِ العقلِ، وإيقاظِ الضمائرِ.

إنّ الاتصالَ الموجّهَ بشقَّيْهِ– إلى المواطنين وإلى المؤسسات– يهدفُ بصورةٍ أساسيّة إلى خلقِ ظروفٍ، وإيجادِ أحوالٍ تحقّقُ فِعاليّةَ هذا الاتّصالِ، ولذلك تبرزُ أهميةُ تحقيقِ مهارةِ الاتصالِ وتطويرِ تقنيّتِهِ في التواصلِ مع الآخرين، أيْ كيفيةِ إنجازِ الأعمالِ للإقناعِ والاقتناعِ.

يقول ميشيل– لوي روكيت عن أهميةِ وسائلِ الاتّصال [168]:

"لقد باتَتْ أهميةُ الاتّصالِ الجماهيريِّ في عصرِ التقنيةِ الحديثةِ بالغةَ الخطورةِ على المجتمعاتِ، بسببِ التّحوّلاتِ الرّاهنةِ التي جعلَتْ وسائلَ الاتّصالِ بمنزلةِ الجهازِ العصبيّ لمجملِ الأنشطةِ الأخرى...فالاتّصالُ الجماهيريُّ في العصرِ الحديثِ، بات يتطلّبُ تدخّلَ مجملِ إنجازاتِ العقلِ البشريّ في العلومِ الإنسانيةِ والاجتماعيةِ. ولذلك، يتمّ النّظرُ إليهِ، على مستوى علمِ نفسِ الاجتماعِ الجماهيريّ، مِنْ زوايا متعدّدةٍ وصفيّةٍ، وتوجيهيّةٍ وتفسيريّةٍ".

❖ **دورُ الإعلامِ والاتصالِ في تنميةِ الإحساسِ بالمسؤوليةِ المجتمعيةِ لدى المواطنين**

[168] ميشيل – لوي روكيت: الاتصال الجماهيري (21) تعريب عبد الوهاب الرامي، د.ط، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 1996 م.

للإعلامِ والاتصالِ دورٌ شديدُ الأهميةِ والتأثيرِ في نفوسِ المواطنين وأدوارِهم في المجتمعِ، خصوصًا بالنسبة إلى تنميةِ الإحساسِ بالمسؤوليةِ المجتمعيّةِ، وبالتالي التعبيرِ بكلِّ صُوَرِهِ عنْ آرائِهم ومواقفِهم ومشاعرِهم عمّا يحدثُ في حياتِهم الاجتماعية.

يقولُ الأبُ جورج معتوق[169]*:

" إنّ صحافةَ هذه الحقبةِ بقيَتْ وسيلةَ تعبيرٍ عن الرأي. وسيلةَ نضالٍ لتحريرِ الإنسانِ والوطنِ. وسيلةً أساسيّةً لترسيخِ العمل الديموقراطيّ، وتمكينِ الوطنِ من المشاركةِ الفعليةِ في الحُكْم".

لقد عملَ الإعلامُ وما زال يعملُ على إعدادِ المواطنِ الصالحِ وترشيدِهِ وتوجيهِهِ لأداءِ دورِهِ في تحمّلِ المسؤوليةِ تُجاهَ مجتمعِهِ ووطنِهِ، ولذلك أصبحَ لزامًا على كلّ مواطنٍ، عند رؤيةِ العيبِ والتقصيرِ والانحرافِ والأذى والفسادِ، أن يتّخذَ موقفًا في مجابهةِ كلّ ذلك، بالكلمةِ الحرّةِ، والموقفِ الجريء، والرأي الشجاعِ، فالمشكلاتُ الحياتيةُ والاجتماعيةُ لا تُحَلُّ بالوقوفِ موقفَ المتفرّجِ منها، بل بالعملِ على حلّها بالأسلوبِ الواعي الذي يتخذُ العلمَ منهجًا له في التحليلِ، والذي ينظرُ إلى المستقبلِ نظرةَ الحفاظِ أو الدفاعِ عنِ المجتمع.

إنّ منْ واجبِ الإعلامِ أن يكونَ إعلامًا موضوعيًّا هادفًا، بإظهارِ الحقائقِ وكشْفِ الزّيفِ وبيانِ الفسادِ، وبالدعوةِ إلى اتّخاذ العظماءِ قدوةً للمواطنين في حياتِهم وتنظيمِها على أسسٍ أخلاقيةٍ سليمةٍ، فيها دعوةٌ إلى التعارفِ والتعاونِ والتآلفِ، مع ما يرافقُ ذلك من جعلِ الحياةِ الإنسانيةِ سعيدةً هانئةً من خلالِ كشفِ أنماطِ السلوكِ السويّ.

1الآباء المؤسسون الصحافة اللبنانية: معرض ميشال زكور، ص89.
* أستاذ محاضر في الجامعة اللبنانية، مدير فرع البقاع في الجامعة الأنطونية، له مؤلفات في اللاهوت باللغتين العربية والإيطالية وتاريخ الصحافة (الحاشية ص89).

ولذلك ينبغي على المواطنين امتلاكُ جرأةِ النقدِ الإيجابيّ البنّاءِ لكلِّ ما له علاقةٌ بتنميةِ العقلِ وتنويرِ التفكيرِ وإنضاجِ الأفكارِ في مواجهةِ أحوالِ الحياةِ غيرِ السليمةِ في المجتمعِ.

إنّ تنميةَ الإحساسِ بالمسؤوليةِ المجتمعيةِ لدى المواطنين والمؤسساتِ من خلالِ دورِ الإعلامِ والاتصالِ في حياتِهم، تتكشّفُ مظاهرُها على الصّور الآتية:

1- أن يكون الإعلاميُّ عنصرًا نافعًا في المجتمع بدءًا من نفسه وانتهاء بالمجتمع. أي أن يتحلّى بالمسؤوليةِ الوطنيةِ تُجاه نفسه أولًا، ثم تجاه مجتمعِه ثانيًا.

2- أن يكون عنصرًا مشاركًا في تقريرِ مصيرِ الوطنِ وقضاياه الحقّة، كالدعوةِ إلى الاستقلالِ والتضحيةِ في سبيلِهِ، أو المحافظةِ عليه وحمايتِهِ من كلِّ خطرٍ.

3- أن يكون داعيًا إلى خدمةِ وطنهِ بالكلمةِ الحرّةِ المسؤولةِ، والموقفِ الوطني الجريءِ، والرأي المتّزنِ السّديدِ، تُجاه ما يعترضُهُ من مشكلاتٍ أو قضايا خطيرة.

4- أن يكون منبهًّا إلى المساوئِ التي تجتاحُ وطنَهُ وتهدّدُ بقاءَه واستمرارَه، كهجرةِ الشبابِ وأصحابِ الاختصاصاتِ والكفاءاتِ العلميةِ، لأنّ في ذلك إفراغًا للوطنِ من قواه الحيّة الذين عدَّهم ميخائيل نعيمة ثروةً وثورةً.

5- أن يكون مبرّزًا في حملِ رايةِ الدفاعِ عن حقوقِ الوطنِ والمواطنين، كقضيةِ تحريرِ المرأةِ من الجهلِ، وعدمِ المشاركةِ في حلّ كثيرٍ من مشكلاتِ الوطنِ، أو الإسهامِ في ميادينِ المجتمعِ المختلفةِ.

6- أن يُسهِمَ إسهامًا فعّالًا في دعمِ قضايا الشبابِ ونُصْرَةِ أمانيهم وطموحاتِهم، بطلبِ العِلْمِ وبناءِ المؤسساتِ وتوفيرِ الوظائفِ، كي يكون لهم في مستقبلِ الأيامِ دورٌ مؤثّرٌ في بناءِ وطنهم وتطوّرِه، فضلًا عن دعمِ الأنشطةِ الرياضيةِ والمشاركةِ في الحياةِ الاجتماعيةِ العامةِ في مواجهةِ عواملِ الاستبدادِ سياسيًا واجتماعيًا واقتصاديًا.

7- أن يطالبَ بتقويةِ اقتصادِ بلادِهِ بإنشاءِ المعاملِ والمصانعِ ومراكزِ الأبحاثِ التطويريةِ، استثمارًا لإنتاجِ بلادِه، أو حضًّا على الإنتاجِ الوطني، وسعيًا لتطويرِ إمكانات مجتمعِهِ.

8- أن يطالبَ بتكريمِ رجالاتِ الفكرِ والعملِ والإنتاجِ في جميعِ ميادينِ الحياةِ الاجتماعيةِ، فضلًا عن النضالِ في سبيلِ الحرياتِ العامّة.

9- أن يدعو إلى تنشيطِ الحركةِ العلميةِ والأدبيةِ والتربويةِ، فالعلم سلاح معنويّ يشتدّ به أزر الشبابِ في مواجهةِ الجهلِ والتخلّف، والتربيةِ أو مكارم الأخلاقِ مقوّم لكل عمل يؤديه الإنسان، إذا ما انحرف عن خط خدمةِ الوطنِ والمواطن، أو سار في طريقِ سوءِ استغلال ما حصّله الإنسان من العلومِ والمعارف.

10- أن يطالبَ بالحريّةِ كأساسٍ للنظام السياسي.

إنّ من واجبِ الإعلامِ والاتصالِ، أن يجعلَ المواطنين سريعي الاستيعابِ، نافذي البصيرةِ، أقوياءَ الحُجّةِ، واسعي الآفاقِ، يعبّرون عمّا يريدون ببساطةٍ وإقناعٍ وتسخيرِ الكلماتِ لإبرازِ أفكارِهم؛ ومنْ واجبِ المواطنين أيضًا، أن يعبّروا عن آرائِهم بثقةٍ في النفسِ، بأسلوبٍ مباشِر لا لَبْس فيه أو غموض.

❖ دورُ الإعلامِ والاتصالِ في تنميةِ الشعورِ بالمسؤوليةِ المجتمعيةِ لدى الهيئاتِ والمؤسساتِ

إنّ الهيئاتِ والمؤسساتِ العامةَ في الوطنِ – حكوميةً كانت أو خاصةً – تتجاوزُ إمكاناتُها قدراتِ المواطنين ماديًّا ومعنويًّا، ولذلك تصبحُ مطالبةً بتقديمِ ما تَقْدُرُ عليه من إسهاماتٍ تتوافقُ وطموحاتِ المجتمعِ والوطنِ.

والإعلامُ والاتّصالُ يسهمان في تنميةِ الشعورِ بالمسؤوليةِ المجتمعيةِ لدى تلك الهيئاتِ والمؤسساتِ، بتقديمِ صُوَرٍ وأحوالٍ وأوضاعٍ خاصة بالمجتمعِ، تشجّعُ المؤسساتِ على اختلافِ أنواعِها ومهامّها، على الإسهامِ في دعمِ الأنشطةِ والأعمالِ والمشاريعِ التي تمّ لفتُ النّظرِ إليها عن طريقِ الإعلامِ، فضلاً عن القيام بما يُمليه عليها طموحُها الوطنيُّ والاجتماعيُّ والاقتصاديُّ وغيرُ ذلك، ويتحقّقُ ذلك من خلالِ الأمورِ الآتية:

1- تقديمُ كلِّ مساعدةٍ ممكنةٍ إلى المؤسساتِ المحتاجةِ إلى الاستمرارِ في عملِها وتعاني من مجالاتِ تقصيرٍ تؤثّرُ في متابعةِ دورِها الاجتماعيّ.

2- إقامةُ مشروعاتٍ تنمويّةٍ تُسهِمُ في التخفيفِ من آلامِ الناسِ على الصُّعُد الاقتصاديةِ والعلميةِ والاجتماعيةِ.

3- تقديمُ إسهاماتٍ ماديّةٍ للمساعدةِ على تجاوزِ الصعوباتِ التي تعاني منها الأوضاعُ العامةُ – خصوصًا زمنَ الكوارثِ- أو إنشاءِ مصالحَ اجتماعيةٍ أو اقتصاديةٍ أو غيرِ ذلك، يحتاجُ إليها كلٌّ منَ الوطنِ والمواطنين.

4- وضعُ برامجَ ومخططاتٍ ورؤىً واقتراحاتٍ مستقبليةٍ تستجيبُ لواقعِ الحاجةِ إلى التّطويرِ والتقدّمِ.

5- إنشاءُ مراكزِ أبحاثٍ لإعدادِ الدراساتِ لمواجهةِ الأحوالِ المستقبليةِ بما يحافظُ على مصالحِ الوطنِ.

6- إعدادُ رجالِ الأختصاصِ داخلَ الوطنِ وخارجه (البعثات العلمية) لملءِ الثّغراتِ التي تشكو منها الأوضاعُ الاقتصاديةُ والاجتماعيةُ والعلميةُ وغيرُ ذلك.

7- إنّ مواجهةَ أنواعِ الفسادِ والتقصيرِ والإهمالِ، تتطلبُ تضافرَ جهودِ كلِّ الهيئاتِ والمؤسساتِ الحكوميةِ والخاصةِ عندما يكونُ مصيرُ الوطنِ في خطرٍ يتهدّدُهُ في وجودِهِ وكيانِهِ.

❖ **الإعلامُ والاتصالُ والصّحةُ النفسيّةُ والاجتماعيةُ**

يمثّلُ الإعلامُ والاتصالُ رسالةً عامةً مؤثّرةً في الأوضاعِ النفسيّةِ للناسِ جميعًا، وهي تُسْهمُ في تغييرِ الاتجاهِ النفسيِّ للإنسان نحوَ الأفضل.

وكلّما كان الإعلامُ والاتصالُ يستندان في توجُّهِهما للإنسان، إلى القيمِ الأخلاقيةِ والاجتماعيةِ – قِوامُها الصدقُ والإخلاصُ وعرضُ الوقائعِ والأحداثِ بأمانةٍ – وتقديمُ كلّ عملٍ نافعٍ ومصلحةٍ عامةٍ، بالإضافة إلى إلقاءِ الضوءِ على الأمورِ التي تهمّ الإنسانَ في حياةٍ مستقرةٍ آمنةٍ، ومجتمعٍ سعيدٍ هانئٍ، أدّى كلٌّ منها دورَهُ في بَعْثِ الطمأنينةِ في النفوسِ، ومشاعرِ الارتياحِ فيها، لتنصرفَ إلى تأديةِ الدورِ المنوطِ بها.

ومن المستحسن على الإعلام والاتصال أن يتّصفا بأسلوبٍ فاعلٍ في السلوكِ والمقابلةِ للتأثيرِ في نفوسِ الناسِ كافّةً، وذلك بتقديمِ المعلوماتِ الصحيحةِ والحقائقِ الواضحةِ والأخبارِ الحقيقيةِ والآراءِ النيّرة، مع ما يرافق ذلك من أسلوبِ التشجيعِ وبثِّ الأملِ في النفوسِ، إذ إنّ الإنسانَ خصوصًا والمجتمعَ عمومًا، يتأثّرُ كلٌّ منهما بما يُعرَضُ عليهما، وبالتالي تتحقّقُ الصحةُ النفسيةُ الاجتماعيةُ لديهما، والتي سُرعان ما تنعكسُ على واقعِ الحياةِ، إقبالًا عليها ومشاركةً في أحداثِها، والتفاعلِ مع أطرافِها، فيحتلُّ الإنسانُ بذلك موقعَهُ الطبيعيَّ في الاندماجِ بمجتمعِهِ، ويتحوّلُ النقدُ لديه إلى مظاهرِ التأييدِ والتشجيعِ المختلفةِ.

❖ **مستقبل الأسرة في فضاء الإعلام الجديد**

إنَّ كلَّ الدولِ تسعى لسعادةِ مجتمعاتِها، بتوفيرِ مستلزماتِ حياتِها القائمةِ على تأمين حاضرِها ومستقبلِها، ولذلك تتدخلُ ساعةَ الحاجةِ إلى ذلك، في كلِّ الأمورِ التي تطالُ هذه المجتمعاتِ، ويمكنُ تحديدُ مستقبلِ الأسرةِ في فضاءِ الإعلامِ الجديدِ بالأمورِ الآتية:

1- إنّ رغبةَ الإنسانِ في معرفةِ كلّ ما يُوَدُّ التعرّف إليه، تدفعُه إلى الإسراعِ في الحصولِ عليها، ويكون الإعلامُ والاتصالُ هما الوسيلتان القريبتا المتناولِ وساعَة يشاءُ، للاستفادةِ منهما.

2- إنّ تطوّرَ الحياةِ سوف يدفعُ الإعلامَ إلى المزيدِ منَ الاهتمام بنوعيّةِ كلِّ خبرٍ أو إعلانٍ أو موضوعٍ، فضلاً عن اعتمادِ الدقّةِ والعلميةِ في تناولِه، لذلك ستشتدُّ علاقةُ الأسرةِ بوسائلِ الإعلامِ والتواصلِ.

3- إنَ سيطرةَ وسائلِ الإعلامِ على عقولِ الشبابِ والأجيالِ الطالعة، لم يعد فيها شكّ من نواحي الإنصاتِ والاقتناعِ والتقيّدِ والقدوةِ، وهو أمرٌ بات يفرضُ على الدولِ إلقاءَ المزيدِ من الأهميةِ على برامجِ الوسائلِ الإعلاميةِ ومخططاتِها، وخصوصًا البرامجَ الترفيهيةَ، من ألعابٍ وغناءٍ ورقصٍ وحفلاتٍ، أصبح لها الدورُ المؤثرِ في تصرّفاتِ أبناءِ الجيلِ الحاضر.

4- إنّ التفاعلَ بين الأسرةِ في مجتمعٍ ما وبين المجتمعاتِ الأخرى، سوف يزدادُ ويتكامل، وبالتالي سيفرضُ على العقولِ النيّرةِ مزيدًا من التفكيرِ في كيفيةِ صياغةِ الحياةِ الأسريّةِ من جديد.

5- إنّ بعضَ مظاهرِ التفكّكِ الأسريِّ سوف تبرزُ في مستقبلِ الأيامِ عندما يصبحُ الإعلامُ القُطبَ الجاذبَ لتفكيرِ الأبناءِ والبناتِ، وهو الموجّه الأكثر فعاليّة وتأثيرًا في نفوسِ أبناءِ المجتمعِ في ظلّ برامجِهِ المتنوّعةِ والمشوّقة.

6- إنّ الأساليبَ التربويةَ ينبغي أن تتطوّرَ وتتكاملَ لتؤديَ دورَها في خدمةِ المجتمعِ، خصوصًا عند ظهورِ الانحرافاتِ الأخلاقيةِ والاجتماعيةِ، على الرغم منَ التّساهلِ والليونةِ واللطفِ في مواجهةِ

قضايا التربية، يجب أن يترافقَ ذلك مع الشدّةِ في مواقعِها واتّخاذ القراراتِ الحاسمة عندما يصبحُ وضع الأسرةِ وبالتالي وضع المجتمع، في خطرِ التفكّكِ والانفلات.

7- إنّ الإعلامَ سوف يشكّلُ عقولَ أبناءِ المستقبلِ وتوجّهاتِهم الفكريةَ، فإذا لم يتمَّ تداركُ الدولِ لهذا الأمر، وتعملْ على ضبطِ هذا الإعلامِ بما يتّفقُ مع مصالحِها ومصالحِ شعبِها، فإنّ مستقبلَ بقائِها يصبحُ في دائرةِ الخطرِ على وجودِها.

❖ الخاتمة

إنّ البحث العلمي الرّصين والشامل في موضوعي الإعلام والاتّصال يمثّل أهمية كبرى شديدة التأثير في حياة الأوطان والشعوب والأمم، لقدرته على إعداد البرامج والمخطّطات التي تكفل سلامة الإعلام والاتصال، خصوصًا أنّه يمثّل إطارًا مهمًا لتوظيف المعرفة الأساسية والضرورية التي يحتاجها رجال الإعلام في نطاق وظيفتهم الإعلامية، من جهة، والشعوب في ضرورة معرفة السبل والطرائق التي تمكنهم من فهم أساليب الإعلام وطرائق فهمهم له من جهة ثانية، وكل ذلك ضمن خطة متكاملة تؤدي دورها في إنجاح كلّ من الإعلام والتواصل، وبذلك يمكن تحقيق أوضاع إصلاحية تتحقق من خلالها إنجازات المشاريع المخطط لها، خصوصًا على صعيد كليّات الإعلام والصحافة والتواصل الاجتماعي.

إنّ المطلوب حسن التّخطيط والبحث والحوار والمناقشة أي إمداد الذات بما تحتاجه من المهاراتِ والكفاءاتِ الوظيفيةِ أولاً، وتحقيق هدف التعبير الآتي " تلاقح العقول مصانع الرجال" ثانيًا، حتى نستطيع الخروج على الناس والحكّامِ والأمم بالأمرينِ الآتيين، يردّدهما كلّ من الإعلاميين والإعلاميّات والشعوب والأمم:

- أعطونا إعلامًا حقيقيًا

وخذوا منا شعبًا راقيًا

وحكّامًا يحاسبون أنفسهم قبل أن تحاسبهم شعوبهم.

- أعطونا إعلامًا حضاريًا

وخذوا منا إرادات محاسبة ومواجهة صُلبة

وموظفين فاسدين على الأعواد الشاهقة يحاسبون.

الهوامش والمصادر والمراجع

1- الآباء المؤسسون الصحافة اللبنانية:

معرض ميشال زكور، د. ط، منشورات الجامعة الأنطونية، لبنان 2014م.

2- إبراهيم، مجدي عزيز:

معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم والتعلّم، ط1، عالم الكتب، القاهرة 2009م.

3- روكيت، ميشيل- لوي:

الاتصال الجماهيري(21) تعريب عبد الوهاب الرّامي، د.ط، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس 1996م.

4- سعد الدين، محمد منير:

الإعلام، ط5، دار بيروت المحروسة، بيروت 2012م.

5- عليوة، السيّد:

إستراتيجيّة الإعلام العربي، د.ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 1990م.

6- كبريت، سمير:

اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام، ط1، دار النهضة العربية، بيروت 2010م.

المعاجم:

1- ابن مكرم، محمد، ابن منظور:

لسان العرب المحيط، د.ط، دار لسان العرب، د.م، د.ت.

اتجاهات النخبة ازاء أداء القائم بالاتصال في الفضائية العراقية/دراسة مسحية لعينة من النخبة العلمية في المجتمع العراقي

أ.م.د يسرى خالد ابراهيم

الجامعة العراقية /كلية الاعلام

بسم الله الرحمن الرحيم

(والله أخرجكم من بطون أمهاتكم لاتعلمون شيئا وجعل لكم السمع والابصار والأفئدة لعلكم تشكرون

)صدق الله العظيم

سورة النحل الآية (78)

المستخلص :

يتلقى الشعب العراقي رسائل إتصالية مختلفة تهدف الى التأثير في إدراكه وتوجهاته راسمة صورة عن أداء الحكومة العراقية ومستهدفة الرأى العام لتحقيق أهداف وضعتها لنفسها .

وهنا يأتي دور القائم بالاتصال بأداء مهمة الحلقة التي تربط بين الحكومة والشعب ويعمل على بناء رسائله وفق هذه الرؤية ليساعد الجمهور بالتعرف عن طريقها على الجديد من القرارات والتوجهات الحكومية إزاء الكثير من القضايا سواء السياسية منها أو الخدمية ويساهم بذلك في رسم صورا عن الحكومة يبين مساراتها السياسية الخارجية (الأقليمية والدولية)منها والداخلية مما يجعل له دورا بارزاً ومؤثراً في تشكيل الرأى العام نحو القضايا الهامة ذات المساس المباشر بالدولة العراقية وهنا يبرز دور القائم بالاتصال في قناة العراقية حيث يتحدد دوره من خلال أدائه بإعداد وتقديم البرامج والتقارير والنشرات الإخبارية كونهم يمثلون سياسة القناة ويعملون باسمها ومن خلال أدائهم تتكون لدى الجمهور الصورة

الذهنية للحكومة وتوجهاتها وإسلوب عملها وبذلك يبرز الدور الاستراتيجي للقائم بالاتصال في تجسيد تللك السياسات والتعبير عنها وإقناع الجمهور بقبولها .

انطلقت الدراسة من تساؤل رئيس وهو (هل تمكن القائم بالاتصال في قناة العراقية من عرض القضايا والمشكلات للمجتمع العراقي ومعالجتها بشكل يناسب الجميع ؟وتفرع عن هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية) وأنطلقت من خلالها أهداف الدراسة والتي تتمحور حول مستوى الأداء الإعلامي للقائم بالاتصال في الفضائية العراقية ,وتحددت عينة الدراسة بالنخبة العلمية من أساتذة الاعلام والقانون والعلوم السياسية لمن يحمل لقب استاذ واستاذ مساعد في الجامعات العراقية(بغداد والنهرين والعراقية والمستنصرية) ليكون حجم العينة 100 مفردة موزعة على الكليات المذكورة وخلصت الدراسة إلى جملة من المؤشرات حول آلية عمل القائم بالاتصال أهمها غلبة المصلحة الشخصية والبحث عن المكاسب المادية على حساب خدمة المجتمع ومعالجة مشكلاته .

المقدمة :

إن موضوع تقييم الأداء هو موضوع دقيق وحساس في الوقت ذاته لأن مناقشة هذا الموضوع به محاذير عدة وعليه يجب وضع معايير علمية لتقييم هذا الأداء وتحديد مدى فاعليتة للخروج بنتائج موفقة .

ومناقشة أداء وسائل الإعلام يقود للحديث عن مناقشة أداء القائم بالاتصال وإن القائم بالاتصال يتحدد أدائه وفق النظم الاعلامية التي يعمل في ظلها والفلسفات التي تحكم هذه الأنظمة وتقييم الأداء يجب ان يتفق مع تلك المعايير التي يضعها كل مجتمع بذاته أو تضعها الأدبيات التي تخضع لها لدراسة هذا الأداء وتقييمه في كل مجتمع ولهذا الأداء دور كبير في تشكيل الصورة الذهنية للنظم الإعلامية التي تحكم عمل الوسيلة أو التي تخضع لها كما يتوقف على هذا الأداء بناء توقعات المجتمع عن الأدوار التي تقوم بها هذه الوسائل في المجتمع وخصائص المحتوى الذي تقدمه إلى جماهيرها في الداخل والخارج إذ يتحمل القائم بالاتصال المسؤولية الأكبر في بيان طبيعة علاقة السلطة بالمجتمع خاصة إن كانت

الوسيلة ذات طابع رسمي لذلك كانت العديد من بحوث الإعلام تركز خلال مراحل متعددة من تطورها على محاولة وصف هذه العلاقة أو تقييم نتائجها في اطار الفلسفة العامة للمجتمع او العقيدة التي تحكم تلك العلاقة بين النظم الإعلامية والعاملين فيها والمجتمع ،وبما إن وسائل الإعلام عبارة عن نظم تستجيب لضغوط القوى السياسية والاجتماعية الفاعلة في المجتمع فأنه يمكن تصنيف هذه النظم في علاقتها بهذه القوى وتوقعات المجتمع عن اتجاهاتها وفق معايير مشتركة تضع حدودا بين خصائص كل نظام وغيره من النظم .

وتضمنت الدراسة ثلاثة فصول هي :

الفصل الأول :منهجية البحث

الفصل الثاني :مدخل نظري الفصل الثالث :الدراسة الميدانية

الفصل الأول :منهجية البحث

أولا- أهمية البحث

تبرز أهمية البحث من الجوانب الاتية :

- الأهمية الموضوعية –تكمن في رصد سياقات العمل الإعلامي في العراق من خلال أداء القائم بالاتصال في قناة العراقية الرسمية وهي تابعة لشبكة الإعلام العراقي وبيان اسلوب العمل وطرق المعالجات الإعلامية بهدف توظيف هذه الدراسة لتطوير العمل الإعلامي وتقدمه
- الأهمية الاجتماعية –تكمن بطبيعة الخدمة الإعلامية التي يجتهد المرسل بتقديمها للجمهور من خلال هذه القناة ومحاولة تقييم الأخطاء فيما يمس العمل الإعلامي

ثانيا–مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث بتساؤل الرئيس وهو هل تمكن القائم بالاتصال في قناة العراقية من عرض وتقديم القضايا والمشكلات للمجتمع العراقي ومعالجتها بشكل يناسب الجميع ؟ وتفرع منها التساؤلات الآتية :

1)هل استطاع القائم بالاتصال الفصل بين مفهوم الدولة ومفهوم الحكومة ؟

2)هل هنالك معايير مهنية معينة تفرض على القائم بالاتصال في القنوات الرسمية تختلف عن غيرها من القنوات؟

3)هل يعمل القائم بالاتصال وفق أُسس وقواعد تحكمها الاحساس بالمسؤلية الإجتماعية ؟

4)هل تمكن القائم بالاتصال من صياغة رسالة إعلامية تعطي صورة إيجابية عن الأداء الحكومي؟

5)أين تكمن نقاط الضعف والقوة في أداء القائم بالاتصال ؟

ثالثا-أهداف البحث

يهدف البحث الى تحقيق الآتي :

1. الكشف عن مستوى الأداء المهني لدى القائم بالاتصال في قناة العراقية على مستوى النشرات والبرامج الإخبارية
2. توضيح إمكانية التعامل مع أطياف المجتمع وفئاته المختلفة بايجابية في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية
3. الكشف عن سياقات العمل في القناة العراقية من خلال القانون الذي يقر عملها كونها تابعة لشبكة الاعلام العراقي وطبيعة المهام التي على القائم بالاتصال القيام بها
4. بيان قدرتها في رسم صورة عن الحكومة في أذهان المجتمع العراقي
5. تقييم مستوى الكفاءة والأداء الإعلامي لهذه القناة

6. التعرف على نقاط الضعف والقوة في الاداء

رابعا –منهج البحث

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية الكمية التي استخدمت منهج المسح الوصفي كأداة للتعرف على تقييم النخبة العلمية في المجتمع العراقي متمثلة بأساتذة الجامعات لأداء القائمين بالاتصال في قناة العراقية كونها تعد من القنوات الرسمية الناطقة باسم الدولة إذ يعرف منهج المسح الوصفي أنه (يهدف الى وصف وتوثيق الأوضاع أو الاتجاهات الحالية فهو يشرح ما هو قائم في تلك اللحظة ويعمل على تحديد تفضيلات الجمهور ومدى التغيير في قيمهم وأذواقهم وأنماط حياتهم)[170]

خامسا–عينة البحث

تعرف العينة البحثية أنها (مجموعة من الافراد مشتقة من المجتمع الاصلي ويفترض فيها أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا حقيقيا ويقصد بتمثيل العينة للمجتمع الاصلي أن العينة موضع الدراسة تمتلك نفس خصائص المجتمع الأصلي)[171]وتم تحديد عينة البحث من الأساتذة لمن يحمل لقب أُستاذ وأُستاذ مساعد فقط وتم اعتبارهم النخبة العلمية في المجتمع العراقي وفي التخصصات (الإعلام ،العلوم السياسية ،القانون)وذلك بحكم الخبرة العلمية والأكاديمية التي يمتلكها كل منهم بهدف تحديد وتقييم أداء القائمين بالاتصال في قناة العراقية وقدرتهم على رسم صورة عن أداء الحكومة أمام الجمهور العراقي ،وتم إعداد استمارة مقياس لقياس اتجاهاتهم في تقييم أداء القائم بالاتصال في القناة وإخضاعها لدراسة إحصائية بهدف التحقق من دقة النتائج فكانت عينة البحث ممثلة ب(100)

---

[170])شيماء ذو الفقار زغيب ،مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية ،القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية ،2009، ص109

[171])حمدي ابو الفتوح عطيفة ،منهجيات البحث العلمي في التربية وعلم النفس ،القاهرة ،دار النشر للجامعات ،2012،ص273

مفردة من أساتذة الكليات في الجامعات المذكورة وتم توزيع الاستمارة بطريقة عشوائية البسيطة فكانت عملية التوزيع وبحسب متغير النوع كما في الجدول الآتي :

جدول رقم (1)يوضح حجم العينة

الفئات	ذكور		اناث	
	ك	%	ك	%
علوم سياسية	14	56،24	8	60،18
إعلام	33	89،57	27	80،62
قانون	10	55،17	8	60،18
المجموع	57	%100	43	%100

سادسا –أدوات البحث

1)الملاحظة –هي أولى الأدوات وأهمها في أي بحث علمي وتم إستخدام الملاحظة العلمية والمنهجية ،بهدف الكشف عن تفاصيل الظاهرة والعلاقات الخفية التي يحتمل تواجدها بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الأُخرى فمن شروطها أن تتم بموضوعية وتجرد وتبتعد عن الذاتية والشخصية [172].

وتم الاعتماد على الملاحظة العلمية من خلال ترتيب أوقات المشاهدة للقناة بهدف الخروج بمؤشرات ساعدت في بناء الاستمارة إذ تطلب ذلك متابعة القناة بطريقة مجدولة لمدة شهر كامل .

2)استمارة مقياس خماسي(مقياس ليكرد) لتحديد طبيعة ومستوى أداء القائم بالاتصال من قبل النخبة العلمية.

ثامنا –الصدق والثبات :

---

[172])السيد أحمد مصطفى عمر ،البحث الإعلامي مفهومه اجراءاته ومناهجه ،الكويت ،دار الفلاح ،2008،ص63

تم اعداد استمارة استطلاع اولية تتضمن خمسة أسئلة مفتوحة عرضت على عينة تجريبية من النخبة بهدف استخلاص الصيغة النهائية للمقياس إذ تم توزيعها على عشرة أفراد وبعد جمعها وتحليلها تم اعتماد إستمارة مقياس نهائية كأداة رئيسة لجمع البيانات وتكونت الاستمارة من عشرة عبارات لقياس آراء النخبة بمستوى الأداء الإعلامي للقائم بالاتصال في قناة العراقية شملت عدة عناصر منها التوازن والتنوع في إعداد االبرامج والنشرات الإخبارية واعتمدالبحث نظرية المسؤولية الإجتماعية منطلقا أساسيا للدراسة مدعما بنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام وتم إعتماد (مقياس ليكرد)[173]الخماسي كونه يمنح المبحوث حرية أكبر في الإختيار والتعبير .

وتم توزيع الاستمارة على عينة قبلية للتعرف على مستوى الإستجابة للمبحوثين ودرجة تقبلهم لها وبعد تحليلها تم إعادة طبعها وتوزيعها على العينة المنتخبة إذ كانت العينة التجريبية في الاختبار القبلي جزء من العينة النهائية وتبين تطابق الاجابات في المرتين وهو ما يدل على ثبات عال لاستمارة المقياس ومن ثم صلاحية أداة القياس لتحقيق الهدف من الدراسة .

سابعا –التعريفات الاجرائية للبحث :

1)النخبة العلمية (ومتمثلة بأساتذة الجامعات ولمن يحمل لقب أُستاذ وأُستاذ مساعد بهدف تمييزهم وتتمثل النخبة في هذه الدراسة أساتذة الاعلام والقانون والعلوم السياسية كونهم الأكثر إحتكاكا بهذا المجال والأقرب إليه فضلا عن خبراتهم العلمية والاكاديمية التي تؤهلهم للتقييم من خلال تحديد المعايير المناسبة لذلك)

2)المسؤولية المهنية في الأداء (ويقصد بها الصفة الأساسية التي على القائم بالاتصال ان يتحلى بها وهو تحمل مسؤولية الحفاظ على المجتمع وإنتخاب الموضوعات التي تحافظ عليه وتمنع تشتته وتناحره ومحاولة عدم الترويج لها)

---

[173])محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ،القاهرة ،عالم الكتب ،2000،ص343

الفصل الثاني \ مدخل نظري

دور الإعلام في رسم صورة الأداء الحكومي

اولا –مفهموم الدولة ومفهوم الحكومة :

بداية لابد من تحديد لمفهوم الدولة ومفهوم الحكومة فالدولة مفهوم أوسع من الحكومة والحكومة هي جزء من الدولة وتعد وسيلة تستخدمها الدولة لتمارس سلطاتها فالدولة هي كيان قومي والحكومة هي الكيان السياسي وتقسم وظائف الدولة على نوعين: وظائف سياسية ووظائف خدمية ،[174]فالحكومة هي التنظيم السياسي الذي يحكم في الدولة وجرت العادة اطلاق صفة الحكومة على السلطة التنفيذية في الدولة متمثلة برئيس الدولة أو رئيس الحكومة .

والدولة لتتمكن من التواصل مع جمهورها تستخدم عدة وسائل ومن أهمها هو الاعلام إذ تسخره لخدمتها فتقوم بانشاء صحف رسمية وقنوات رسمية لتخاطب الجمهور من خلالها وتنقل لهم خططها وأهدافها كما توظف الإعلام ليرسم صورة ذهنية إيجابية عن الحكومة لدى جمهورها ومع تطور تقنيات الإعلام والاتصال تطورت العديد من المفاهيم لكن ما يميز الإعلام في العالم العربي بالذات هو ارتباطه بالسلطة السياسية *ولعل أخطر أنواع السلطات هو ما تمارسه الحكومات من خلال الإعلام ويطلق عليه الهيمنة الإعلامية (وهي أشكال تبدو غير مرئية وتعبر عن نفسها غالبا بأشكال من التضليل الأيديولوجي المبطن والتي تتقنها فئة إجتماعية واحدة هي فئة المثقفين الانتهازيين الذين يُخضعون الإعلام لسلطات الحكومة من أجل منافع مادية)[175]ويتجلى هذا الخضوع بصور وأشكال

---

[174] (ar.wikiboos.org\w\principles forcood intrmational engagement in fragile states andsituations

* الفرق بين السلطة السياسية وغير السياسية هو ان الأُولى تمارسها الدولة والكيانات السياسية عامة وترتبط مع المجتمع السياسي الذي ينشأ عندما يحدث ما يسمى الاختلاف السياسي وفيها ينقسم المجتمع الى فئة حاكمة تتولى السلطة وتصدر القرارات والأوامر وفئة محكومة واجبها الطاعة والخضوع لأوامر الفئة الحاكمة (المصدر الإعلام ومسيرة الإصلاح في الأقطار العربية ،ندوة ،بيروت ،مركز دراسات الوحدة العربية ،2010،ص117)

[175]) ندوة ،الإعلام ومسيرة الإصلاح في الأقطار العربية ،بيروت ،مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع المنظمة العربية لمكافحة الفساد ،2010 ،ص120

متعددة منها أن تنغمس المؤسسة الاعلامية في دهاليز السلطة السياسية وتتماهى مع القرارات الصادرة عنها وتلبي ما تريده فتتحول إلى أداة بيد السياسيين تنمق صورهم فتفقد مصداقيتها وتبتعد عن مسؤوليتها الإجتماعية وتصبح للحقيقة وجوها عديدة ،[176]ورغم ما نشهده اليوم من تطورات متسارعة في تقنيات الاتصال والبث الفضائي وإزدياد الضوابط لفرض الشفافية في مختلف المجالات العامة سهلا التمكن من الوصول إلى مصادر المعلومات ومع ذلك فإن الإعلام العربي مازل يعاني صعوبة في التكيف مع هذه التطورات ومازالت الكثير من وسائل الإعلام العربية تتحاشى المعلومات والآراء التي لاتتوافق مع إتجاهات حراس بواباتها وهي بذلك تعرض العالم العربي إلى خطر إنقسامه إلى أقطار وجماعات مستقطبة ومتعصبة مما يزيد من التنافر بين الحاكم والمحكوم .[177]

ثانيا-أهم النظريات الاتصالية الفاعلة في هذا المجال :

1)نظرية المسؤولية الاجتماعية :

[176])المصدر نفسه ،ص209

[177])المصدر نفسه ،ص209

وهذا الحديث يقودنا الى نظرية المسؤولية الاجتماعية** التي يجب أن تكون مبدأ عمل الإعلامي لأن الرسائل الاعلامية لاتعمل من فراغ بل ضمن واقع مجتمعي ونجاحها مرهون بهذا الواقع فما يقدمة حارس البوابة أو الإعلامي أو القائم بالاتصال للجمهور من معلومات عليه أن لايخضعها فقط للموضوعية بل أن تخضع للتقييم الأخلاقي والمهني كذلك وتعمل نظرية المسؤولية الاجتماعية وفق مبادىء أساسية هي :[178]

1. على وسائل الاعلام أن تقبل وتتخذ التزامات محددة اتجاه الجمهور وهذه الالتزامات تتمثل بالمعايير المهنية والأخلاقية في نقل المعلومات وهي مراعاة لضوابط (الحقيقة والموضوعية والدقة والتوازن)
2. لتنفيذ هذه الالتزامات على القائم بالاتصال تنظيم العمل الاعلامي ذاتيا
3. تجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى شيوع الجريمة أو العنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أية إهانة للأقليات
4. وتؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية على حقيقة أساسية هي أن الحرية مقترنة بالمسؤولية ومن المستحيل فصل الحرية عن المسؤولية

**)تعود الاصول النظرية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية الى عام 1933 وهي محاولة لايجاد مصالحة بين إستقلال الإعلام وإلتزامه نحو المجتمع وقد طرحت بعض الحلول تتمثل في التنظيم الذاتي لمهنة الاعلام من خلال اصدار مواثيق شرف إعلامية مهنية وحماية حرية النشر والحد من الاحتكار وانشاء مجالس صحافة ،وتعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية محاولة لتفسير أو بلورة إتجاهات الجمهور حيال الاتصال الجماهيري ومحاولة لإبراز تلك الاتجاهات على السطح (جيهان رشتي ،الاعلام والمجتمع ،القاهرة ،جامعة القاهرة ،2002 ،ص5)وهنالك مصادر أُخرى تشير إلى إن البداية الفعلية لنظرية المسؤولية الاجتماعية كانت عام 1947 بناء على تقرير لجنة هوتشينز التي اعترفت بفشل السوق الحرة في تحقيق الوعد بحرية الصحافة والتوقعات المرتبطة بها لخدمة المجتمع مما أدى إلى إنخفاض الفرص المتاحة أمام الأفراد والجماعات لأستفادة من نتائج هذه الحرية نتيجة التطورات التجارية والتكنولوجية التي سادت في النظم الاعلامية (محمد عبد الحميد نظريات الاعلام واتجاهات التاثير ،ص423)

[178])سليمان صالح ،ثورة الاتصال وحرية الاعلام ،الكويت ،دار الفلاح ،2007 ،ص28

فقد تضمنت هذه النظرية عدة أفكار ورؤى تهدف إلى إصلاح الأوضاع الإعلامية من خلال قبول الأفكار البناءة إذ ركزت على الاخلاق والقيم التي ينبغي أن تحكم العمل الإعلامي بكل تفاصيله .

2)نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام :

كما يمكننا ربط الدراسة بنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وذلك من جانبين الأول وسائل الاعلام المتطورة اليوم بما توفره من خيارات واسعة توفر الكثير من الاحتياجات للأفراد في جوانب متعددة منها المعرفية والوجدانية والسلوكية ،إذ تتلخص فكرة النظرية بالآتي (ان لوسائل الإعلام القدرة على تحقيق قدر كبير من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي وسوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف فضلا عن ذلك يمكن أن تكون فكرة تغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا ما يقصد به بالعلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع)[179] وإن وسائل الاعلام تعمل وفق مبدأ هو اقناع الرآي العام وجذبه إليها وذلك من خلال طبيعة المواد التي تقدمها والسياسة الاعلامية التي تنتهجها واسلوب وصيغة إعداد البرامج والنشرات الاخبارية التي تعدها فقد أصبح للرآي العام في عصر المعلومات أهمية كبيرة في ديمومة عمل الفضائيات ودعمها كونه يشكل دورا استراتيجيا في مجتمعات اليوم (مجتمعات الديمقراطية)وذلك لأهميته لأنه أصبح مرجعية أساسية في صناعة القرار وفي الفصل في الكثير من القضايا الحساسة والمصيرية لأن الرآي العام اليوم هو السلطة الحقيقية التي تعتمد عليها الدولة في تجسيد شرعيتها وتثبيت وجودها على الصعيد المحلي والدولي فالرآي العام هو الوجه الآخر للديمقراطية وفيه يتأثر ويؤثر كل منهما بالأخر .[180]

3) دور الإعلام في تشكيل صورة الحكومة :

---

[179])منال هلال المزاهرة ،نظريات الاتصال ،عمان ،دار المسيرة ،2012 ،ص208

[180])محمد قيراط ،الاعلام والمجتمع الرهانات والتحديات ،الكويت ،دار الفلاح ،2001،ص239

تكلمنا عن أهمية الإعلام كوسيلة وأداة أساسية بيد الحكومات للتواصل مع جمهورها لذا فهي تسعى جاهدة لتأسيس القنوات الفضائية والأرضية والصحف الناطقة بأسمها بهدف بث سياساتها وقراراتها إلى الجمهور وفق رؤية محددة لذا فالعاملين في هذه المؤسسات تفرض عليهم شروط وضوابط تختلف عن غيرها من المؤسسات الاعلامية سواء أكانت مستقلة أم حزبية أم مختلطة ،وعليهم السعي للمساهمة بتشكيل صورة ذهنية ايجابية لدى الجمهور عن الحكومة ،فكل الدول في العالم تسعى لتشكيل صورة قومية ايجابية لنفسها سواء في الداخل أم بالخارج وتستعين بالإعلام لتحقيق أهدافها وكلما زادت القوة الإعلامية والاتصالية للدولة زادت قدرتها على تشكيل هذه الصورة .[181]

وأن بناء الصورة الذهنية هي الوظيفة الأساسية في العلاقات العامة ويقاس من خلالها قدرة هذا الجهاز على بناء الصورة وتقوم كل دولة ببناء جهاز قوي للعلاقات العامة ليساهم في نشر المعلومات والرسائل التي تساهم في بناء صورة ايجابية للدولة وبناء الصورة من أهم وظائف أجهزة العلاقات العامة الحكومية ،[182] وتلعب وسائل الإعلام دورا رئيسا في خلق تلك الصور الذهنية فهي النافذة التي تطل من خلالها الجماهير على العالم وعلى الأحداث المحلية والدولية لأنها الامتداد الطبيعي لأبصارنا وأسماعنا على حد قول مارشال ماكلوهان وتقوم وسائل الاعلام بتضخيم هذه الصور وتعقيدها أو تبسيطها من خلال ما تقدم من معلومات ومعارف تقدمها للجمهور بجرعات سهلة الهضم لعدم قدرة الجمهور على ملاحقة السيل الجارف من المعلومات التي تصله عبر الوسيلة .[183]

والدول عندما تفكر ببناء صورة ذهنية عن نفسها في الخارج فهي أولا تتجه إلى الداخل وتعمل على اقناع مواطنيها بهذه الصورة وهذا العمل هو الذي يدفع مواطنيها على الترويج للصورة الايجابية في

---

[181])سليمان صالح ،وسائل الاعلام وصناعة الصورة الذهنية ،الكويت ،مكتبة الفلاح ،2009 ،ص32

[182])المصدر نفسه ،ص111

[183])عاطف عدلي العبد ،،مدخل إلى الاتصال والرآي العام ،القاهرة ،دار الفكر العربي ،1999،ص282

الخارج ويمكن الإفادة من المواطنين في الخارج من خلال الاتصالات الشخصية كونها الأكثر تأثيرا

.

استراتيجية بناء صورة الدولة على المستوى الداخلي :[184]

1. تحديد الأهداف وهي نوعين الهدف العام للاستراتيجية بناء صورة ايجابية للدولة على المستوى الداخلي وثانيا أهداف فرعية ومن ثم توفير المعرفة الكافية للمواطنين عن الدولة وأهدافها وخططها ونشاطاتها
2. دراسة الواقع لمعرفة العقبات التي يمكن أن تعوق تنفيذ الاستراتيجية
3. تحديد عناصر العملية الاتصالية وتبدأ من جهود القائم بالاتصال كونه أول حلقة في سلسلة الاتصال وهو محورها

الفصل الثالث \الدراسة الميدانية –تفسير الجداول

جدول رقم (2)

يوضح اتجاهات قناة العراقية بتوظيف إعلاميين مهنيين لديهم خبرات طويلة

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	9	%9	
أوافق	21	%21	
محايد	23	%23	85،2
لاأوافق	38	%38	
لاأوافق بشدة	9	%9	

[184])سليمان صالح ،وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية ،مصدر سابق ،ص119

المجموع	100	%100

يتضح لنا من قراءة الجدول رقم (2) إن افراد العينة لايتفقون مع فكرة ان قناة العراقية تنتقي القائم بالاتصال من معدي ومقدمي برامج حسب ما يمتلكون من خبرات اذ جاءت الاجابة على فقرة (لااوافق)بنسبة أعلى وهي(38%) وذلك لأن أغلب العاملين هم من فئة الشباب وهو دليل على عدم إمتلاكهم خبرات أو ممارسات سابقة وهذا قد يشكل خللا في قدرتهم على إعداد برامج ذات كفاءة عالية تساهم بتشكيل صورة إيجابية عن الأداء الحكومي وجاءت فقرة محايد بالمرتبة الثانية بنسبة (23%) وهي تتفق مع فكرة الفقرة السابقة ولايمتلكون لان أغلبهم من فئة الشباب وبأستخراج الوسط الحسابي الموزون أعطى مؤشر (85، 2)وهو أقرب الى (لاأوافق)وهي ذات دلالة إحصائية بعدم إتفاق أفراد العينة على فكرة توظيف الإعلاميين بناء على خبرات مهنية .

جدول رقم(3)

يوضح حرص القناة على انتقاء المقدمين والمقدمات للبرامج وفق ضوابط محددة تبعا لسياسة القناة

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	22	%22	
أوافق	44	%44	
محايد	21	%21	71،3
لاأوافق	9	%9	
لاأوافق بشدة	4	%4	

المجموع	100	%100

يشير الجدول رقم (3) على أن للقناة العراقية ضوابط تفرضها على العاملين فجاءت فقرة (أوافق) بنسبة عالية وهي (44%)بينما تساوت الفقرتنا (أوافق بشدة ومحايد)بفارق درجة واحدة وهي تدل على أن هنالك ضوابط وشروط يجب الالتزام بها عند العمل في قناة العراقية بهدف تحقيق سياستها الاتصالية لكن السؤال هو هل الجميع ملتزم بهذه الضوابط أم أنها قوانين معلنة والتطبيق عند الحاجة اليها فقط؟،لذا نجد ان الوسط الحسابي (71، 3)يقترب في القراءة من محايد ويعطي دلالة احصائية على أن افراد العينة تتفق بعدم خضوع المتقدمين لضوابط محددة في العمل الاعلامي .

جدول رقم (4)يبين نسبة الاحساس بالمسؤولية الاجتماعية

لدى القائم بالاتصال

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	9	%9	
أوافق	18	%18	
محايد	39	%39	99،2

لاأوافق	31	%31
لاأوافق بشدة	3	%3
المجموع	100	%100

يوضح الجدول رقم (4) رآي المبحوثين بدرجةاحساس القائم بالاتصال بالمسؤلية الاجتماعية اتجاه المجتمع ضعيفة وأنهم لايقدرون ضخامة المسؤولية في العمل الإعلامي فكانت فقرة (محايد)الأعلى بنسبة (39%) وتأتي بعدها فقرة(لاأوافق) بنسبة (31%) وأن أغلب العاملين هم من تخصصات بعيدة عن الإعلام ولم يحاولو الإطلاع على بعض الفقرات في مناهج وقوانين الإعلام وأعتمدوا على ما يمتلكون من ثقافة شخصية وهذه الثقافة لاتؤهلهم لتحمل مسؤولية بناء مجتمع وتكوين صورة وجاءت الدلالة الاحصائية للوسط الحسابي لتؤكد هذا وهي (99،2)أي رآي المبحوثين يقترب من محايد كونهم يجدون ضعف في الوعي والاحساس بالمسؤلية حيال التغطيات الإخبارية أو تناول الموضوعات الحساسة .

جدول رقم (5)يبين ميل القائم بالاتصال في قناة العراقية

إلى تقديم الخدمات للجمهور بصدق

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	12	%12	

أوافق	9	%9	
محايد	28	%28	
لاأوافق	42	%42	73،2
لاأوافق بشدة	9	%9	
المجموع	100	%100	

يبين الجدول (5) أن فقرة (لاأوافق) حققت اعلى اختيار بنسبة (42%)وهو يدل على عدم اقتناع المبحوثين برغبة القائمين بالاتصال في قناة العراقية بتقديم خدمات للجمهور وتأتي بعدها في المرتبة الثانية فقرة (محايد)بنسبة (28%) وذلك لأن البرامج الخدمية تقدم عرضا سطحيا وبصورة تجميلية بعيدة عن الواقع وتتجاهل عرض الكثير من المشكلات والموضوعات التي تتسابق القنوات الأُخرى في عرضها بينما لو تفكر بعرض المشكلات المجتمعية والبحث فيها ومناقشتها بعمق واعطاء صورة للمتلقي بالرغبة في إيجاد الحلول فأن انعكاسات مثل هذه البرامج ستكون إيجابية وتعطي صورة حسنة عن الحكومة ورغبتها الجادة بالمعالجة وتغيير الواقع والقضاء على حالات الفساد وبناء الدولة حتى وأن كانت معالجات بسيطة،وهذا يتفق مع دلالة الوسط الحسابي وهي (73،2) إذ يتفق إفراد العينة بعدم تقديم خدمات جماهيرية حقيقية .

جدول رقم (6)يندفعون في تغطية الموضوعات طلبا

للشهرة والنجومية

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	9	%9	
أوافق	24	%24	03،3
محايد	40	%40	
لاأوافق	15	%15	
لاأوافق بشدة	12	%12	
المجموع	100	%100	

يشير الجدول رقم (6) إلى فقرة (محايد) شكلت الأعلى نسبة في إجابات النخبة وهي 40% وفقرة (أوافق)في المرتبة الثانية بنسبة 24% وأن الإجابة العالية لمحايد دليل تحفظ المبحوثين في الإجابة بموافق إذ جاءت فقرة موافق بعدها في الترتيب وهو دليل على قناعة جمهور النخبة بأن القائم بالاتصال في قناة العراقية يفضل المصلحة الشخصية والمكاسب الذاتية على المصلحة العامة وخدمة المجتمع وهذا الحديث يعود بنا إلى نظرية المسؤلية الاجتماعية وأهميتها اذ من مسلماتها الأساسية هو الحرية تحمل معها التزامات في ظل المجتمعات الديمقراطية لأنها مجبرة لتكون مسؤولة عن ذلك المجتمع لتتحمل معها الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري في المجتمع المعاصر .

وقراءة الوسط الحسابي تعطي (03،3)وهي متفقة مع النسبة المذكورة وتعطي دلالة إحصائية إن أفراد العينة ترى أن القائم بالاتصال يفضل مصلحته الشخصية على خدمة المجتمع

جدول رقم (7)يبين مدى فهم القائم بالاتصال لطبيعة الواجب الملقى على عاتقه في نقل المعرفة وصدق المعلومات

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	9	%9	
أوافق	6	%6	
محايد	28	%28	
لاأوافق	42	%42	52،2
لاأوافق بشدة	15	%15	
المجموع	100	%100	

نستنتج من قراءة الجدول رقم (7) إن المبحوثين على قناعة كبيرة بعدم امتلاك القائم بالاتصال ثقافة تؤهله لفهم الواجب والمسؤولية الحقيقية الملقاة على عاتقهِ اذ جاءت فقرة (لاأوافق) أعلى نسبة وهي (42%)وفقرة (محايد) بالمرتبة الثانية بنسبة (28%) وهو يدل كذلك على عدم الثقة بكل ما يبث من معلومات من خلال القائم بالاتصال في قناة العراقية وهي فقرة أساسية في معوقات التعرض لأن الثقة التي تترسخ بذهن الجمهور عن المرسل من أهم أسباب تلقي الرسالة الاتصالية ومن ثم فهمها وتحليلها ،والدلالة الاحصائية للوسط الحسابي هي(52،2) .

جدول رقم (8)يبين ان القائمين بالاتصال في قناة العراقية

يعالجون القضايا الخلافية بحذر وحكمة

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	6	%6	
أوافق	9	%9	
محايد	33	%33	59،2
لاأوافق	42	%42	
لاأوافق بشدة	10	%10	
المجموع	100	%100	

يبين الجدول رقم (8)عدم إتفاق المبحوثين حول هذا الموضوع لأن فقرة (لاأوافق)جاءت بأعلى نسبة وهي (42%) ومحايد بعدها بالترتيب بنسبة (33%) وهو يربطنا بنتائج الجدول رقم (6،4) التي بينت عدم اهتمامهم بقضية المسؤولية الاجتماعية في العمل الاعلامي والتي تعد من المسلمات الأساسية التي على الإعلامي الالتزام بها خاصة بالمجتمعات التي تنادي بالحرية والديمقراطية فهنا يبرز دور نظرية المسؤولية الاجتماعية لأن للحرية قيود كثيرة أهمها الحفاظ على اللحمة الوطنية لذا يجب تجنب الترويج لأي شيء يمكن أن يمس هذه اللحمة أو يؤثر على إرتباطها وتماسكها ،وبدلالة احصائية (59،2) ولذا ان افراد العينة محايدة في إعطاء رآيها حول موضوع الحيادية في مناقشة القضايا الخلافية .

جدول رقم (9)يثيرون مشكلات اجتماعية بأثارة موضوعات منسية

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	24	%24	
أوافق	30	%30	
محايد	21	%21	44،3
لاأوافق	16	%16	
لاأوافق بشدة	9	%9	
المجموع	100	%100	

يتضح لنا من تأمل الجدول رقم (9) أن المبحوثين اتفقوا بأن القائم بالاتصال كما سبق الاشارة إليه في الجداول السابقة ليس لديه شعور بالمسؤولية عند إثارة القضايا والموضوعات الحساسة فجاءت فقرة (موافق)بالمرتبة الأُولى بنسبة (30%) وفي المرتبة الثانية اوافق بشدة بنسبة(24 %) وفي المرتبة الثالثة فقرة محايد بنسبة (21%) ،والدلالة الاحصائية للوسط الحسابي تقترب من فقرة أوافق بدرجة (44،3).

جدول رقم (10) يستخدمون مصطلحات لايفهمون معناها وأبعادها

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	12	%12	
أوافق	36	%36	
محايد	19	%19	18،3
لاأوافق	24	%24	
لاأوافق بشدة	9	%9	

المجموع	100	%100	

الجدول رقم (10)يبين أن المبحوثين غير متفقين تماما على فقرة الضعف الثقافي للقائم بالاتصال في قناة العراقية إذ جاءت فقرة أوافق بنسبة (36%) وهي الأعلى وتأتي بعدها في المرتبة الثانية فقرة لاأوافق بنسبة (24%) وهذا مؤشر لعدم اتفاق المبحوثين حول هذه الفقرة رغم أن فقرة أُوافق هي الأعلى ،والدلالة الإحصائية للوسط الحسابي هي (18،3).

جدول رقم (11)تسمح للمشاركة الجماهيرية في برامجها

	ك	%	الوسط الحسابي
أوافق بشدة	6	%6	
أوافق	15	%15	
محايد	41	%41	79،2
لاأوافق	28	%28	
لاأوافق بشدة	10	%10	
المجموع	100	%100	

يوضح الجدول رقم (11) أن فقرة محايد شكلت أعلى نسبة وهي (41%)وتعني تحفظ المبحوثين في الاجابة عن هذه الفقرة وتأتي بعدها في المرتبة الثانية فقرة لاأوافق بنسبة 28% وهي تتناقض مع الفقرة التي قبلها وهذا يدل على انقسام المبحوثين في آرائهم حول هذا الموضوع خاصة وأنه في ظل التنافس الفضائي أخذت القنوات تبحث لنفسها عن أماكن في إهتمامات الجمهور ومن أكثر الموضوعات التي تثير إهتمامات الجمهور هي البرامج التفاعلية المباشرة وبرامج الندوات والتي تكثر قناة العراقية منها ،والدلالة الاحصائية للوسط الحسابي هي (79،2).

- **نتائج البحث :**

1. المعالجات والعرض الغير متوازن والذي يلحق الضرر والاساءة لبعض الأطراف أو الفئات يعمل على تشكيل صورة سلبية عن التوجهات الحكومية ونيتها في الاصلاح ويخلخل الثقة بين الجمهور والحكومة
2. الحديث عن خدمات ومشاريع غير واقعية ولم يلمسها الجمهور تشكل انعكاسا سلبيا يؤثر على صورة الحكومة وأدائها في أذهان الجمهور
3. عدم اهتمام القناة بالخبرات السابقة للقائم بالاتصال عند تعيينهم بالقناة وعدم اهتمامهم بالتخصص الاعلامي شكل مؤشرا سلبيا إنعكس على طبيعة البرامج واسلوب إعدادها وتقديمها لأن المتخصص في مجال الإعلام لديه خبرة أكاديمية يعززها بالعمل المهني والتطبيق وهذه الحالة عامة في الكثير من القنوات العراقية الرسمية وغير الرسمية لأن موضوع الواسطات والمحسوبية تتقدم على التخصص والكفاءة والمهارة العملية ،كما تبين إن أغلب العاملين في قناة العراقية هم من فئة الشباب لذا فأن الخلفية المعرفية التي تعتمد على تراكم الخبرات هي ضعيفة ولم تصل ألى المستوى المطلوب لتساهم في تقدم العمل الإعلامي .
4. لكل قناة سياسة معلنة وأُخرى غير معلنة ولأن قناة العراقية هي قناة شبه رسمية في اطار السياسة المعلنة تفرض بعض الضوابط والشروط التي تقع في إطار السياسة المعلنة على العاملين عند تقدمهم للعمل في القناة .
5. سبق الاشارة أن أفراد العينة متفقين على خلفية معرفية هي أن أغلب العاملين في قناة العراقية هم من تخصصات بعيدة عن الإعلام فلم يدرسوا الإعلام ونظريات الاتصال ولانظرية المسؤولية الاجتماعية في العمل الإعلامي لانها تحدد ضوابط العمل وحرية القائم بالاتصال محكومة بضوابط ومعايير واخلاقيات المجتمع وجد أن أفراد العينة يتفقون على ضعف هذه الفقرة لدى القائم بالاتصال

في قناة العراقية وعدم منحها المساحة الكافية من إهتمامهم ،وتبين أن القائم بالاتصال يقدم المصلحة والمكاسب الشخصية والمادية على حساب خدمة المجتمع ومعالجة مشكلاته بل ان حمى البحث عن الشهرة والسبق الصحفي يجعلهم يتناسون هذه الفقرة ولايعيرونها اهتمامهم هذا فضلا عن الضعف الثقافي للقائم بالاتصال وهو ما يظهر من خلال البرامج الحوارية ذات الصفة التفاعلية والمناقشات التي تبرز ضعف القدرات الثقافية والخلفية المعرفية للقائم بالاتصال وعدم تمكنه من إدراة الحوار وتداول المعلومات بصورة سلسة وإنسيابية وعمليات التوقف والقطع هو دليل ضعف الخلفية المعرفية لديهم .

التوصيات والمقترحات :

1) إعداد دورات اعلامية تدريبية مكثفة في مجال تحرير النشرات الاخبارية وإعداد وتقديم البرامج التلفزيونية بهدف تطوير القدرات المهنية للملاكات الاعلامية وتعريفهم بأهم نظريات الاتصال والتأثيرات الإعلامية ومجالات تطبيقها في العمل الإعلامي علما أن مركز التطوير الإعلامي يقدم خدمات مماثلة لكن المطلوب دورات من نوع اخر وخاصة للخريجين ذو الاختصاصات غير الإعلامية .
2) ضرورة الإهتمام بموضوع التخصص الدراسي وإعطاء أولوية في التعيين لطلبة الإعلام ومنحهم فرصة للعمل والقضاء على ظاهرة العلاقات والمحسوبية والحصص
3) تأسيس وحدات دراسات الجمهور في المؤسسات الاذاعية والتلفزيونية أُسوة بالمحطات العالمية تتابع مستوى الأداء من خلال دراسات تتبعية لتقويمه وإعداد خطط مستقبلية مرحلية أنية وطويلة الأمد لتلافي حالات التلكؤ ومعالجة الأخطاء بوقتها .

4) انشاء مديرية أو دائرة علاقات عامة حكومية يتبعها قسم متخصص بدراسة وتحليل الرسائل الاعلامية وأخر لدراسة الجمهور وتحولاته واكتشاف الأخطاء ووضع المعالجات بصورة آنية من جانب ومراقبة أداء المؤسسات الإعلامية الحكومية من جانب آخر .

مصادر البحث :

1) السيد أحمد مصطفى عمر ،البحث الاعلامي مفهومه اجراءاته مناهجه ،الكويت ،دار الفلاح ،2008

2) حمدي أبو الفتوح عطيفة ،منهجيات البحث العلمي في التربية وعلم النفس ،القاهرة ،دار النشر للجامعات ،2012

3) سليمان صالح ،ثورة الاتصال وحرية الاعلام ،الكويت ،دار الفلاح ،2007

4) ______،وسائل الاعلام وصناعة الصورة الذهنية ،الكويت ،مكتبة الفلاح،2001

5) شيماء ذو الفقار زغيب ،مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الاعلامية ،القاهرة ،الدار المصرية اللبنانية ،2009

6) عاطف عدلي العبد ،مدخل إلى الاتصال والرآي العام ،القاهرة ،دارالفكر العربي ،1999

7) منال هلال المزاهرة ،نظريات الاتصال ،عمان ،دار المسيرة ،2012

8) محمد قيراط ،الاعلام والمجتمع الرهانات والتحديات ،الكويت ،دار الفلاح ،2001

9) محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ،القاهرة ،عالم الكتب ،2000

10) ندوة ،الاعلام ومسيرة الاصلاح في الأقطار العربية ،بيروت ،مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع المنظمة العربية لمكافحة الفساد ،2010

11) Ar.wikiboos .org\w\principles forcood intrmational engagement infragile states andsitactions

Trends of the elites towards the heads contact

Survival study for the opinions of universities masters about the performance of based contact in the Al-iraqia channel

Ph.D. Yousra Khalid Ibrahim

Abstract

The Iraqi people get various communicative messages aim to effect on their recognition and orientations draw a picture to the performance of Iraqi government and target the public opinion in order to achieve goals that they set to themselves.

At the age of open space and unlimited broadcast, satellite channels have been multiplied and their orientations and styles in calling audience have been varied. So, there are official channels such as Aliraqia channel and it belongs to the Iraqi media net which undertakes some duties. And party satellite channels talking for appropriate parties and others pretend independency.

And the means that belong to Iraqi media net consider as a ring that contact between the government and people who can see through them recent decisions and political and serviceable instructions of government which draws

through its message, pictures about the extent of its governmental consistency between its components and its foreign political paths (regional and international) what gives it its prominent and influential role in forming the public opinion toward important issues that have direct contact with the Iraqi state. And here, the role of based contact in the Aliraqia channel becomes prominent which is determined through his performance in preparing and presenting programmes and reports since they represent channel policy and they work under its name and through their performance, mental picture for the government and its orientations and the style of its work will be formed in the mind of people, and then the strategic role for the based contact will be prominent in personification of those policies and express them and convince people to accept them.

The study has been spring from an essential inquiry that is (did Aliraqia channel be able to show issues and problems for Iraqi people and present suitable solutions and remedies? And fork from this essential inquiry several subsidiary inquiries) from them, the aims of the study have been spring they are centered on the level of media performance for the based contact in the Aliraqia satellite channel, as the sample of the study has been determined from the scientific elite of masters who have a scientific grade of professor and assistant professor in communication faculty, law, and political sciences in Iraqi

universities (Baghdad, Alnahrane, Aliraqia and Amustansrya) the size of sample will be 100 single distributed on mentioned colleges. The study has been reached to collection of points about the technique of based contact work the most important one is the majority of personal benefit and looking for money profits on behalf of servicing community and tackling its problems.

دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية

(دراسة مسحية من منظور نظرية الغرس الثقافي)

د. فواد علي احمد ، د. ابراهيم سعيد فتح الله ، د.ابتسام اسماعيل قادر

قسم الاعلام/ سكول العلوم الانسانية

جامعة السليمانية/ اقليم كوردستان العراق

المستخلص

يهدف هذا البحث الى التعرف على دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، ولتحقيق ذلك اختار الباحثون عينة من طلاب جامعة السليمانية بطريقة عشوائية منتظمة في الاختصاصات الانسانية والعلمية، وتم توزيع (97) استمارة عليهم. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج منها ان تكنلوجيا الاتصال تتمتع بدور معين في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، الا ان هذا الدور لا يدخل ضمن نطاق الدور المرتفع وذلك يعني ان تكنلوجيا الاتصال تقوم بدور متوسط في تنمية الوعي لديهم نحو المسؤولية المجتمعية، لقد خرج هذا البحث بتوصيات منها ضرورة استخدام تكنلوجيا الاتصال من قبل الجهات المعنية للقيام بتوعية الشباب لتنمية ثقافة المسؤولية الاجتماعية لديهم.

The role of communication technology in sensitizing Kurdish youth to sense of social responsibility

Abstract

This research aims to identify the role of communication technology in sensitizing Kurdish youth to sense of social responsibility, to achieve this aim the researchers chose a sample of students in both humanitarian and scientific specialists from the University of Sulaimani, then (97) forms were distributed to the participants. The research found a set of results, including that the communication technology has a role in sensitizing Kurdish youth to sense of social responsibility, but this role do not fall within the scope of the high role, which means that the communication technology has a medium role in the development of their awareness toward the social responsibility, coming up with recommendations such as The necessity of using communication technology by the authorities concerned to do the sensitization of the youth to .develop a culture of social responsibility they have

اولا: مقدمة البحث

اهتمت البحوث الانمائية والثقافية بتاثير وسائل الاعلام والاتصال من خلال دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر في انتاج الرسائل الاتصالية والاعلامية ودراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الاعلام ودراسة الاسهام المستقل للرسائل الجماهيرية فيس ادراك الجمهور للواقع الاجتماعي.

ان عملية التنمية الثقافية من خلال تكنلوجيا الاتصال هي التعلم العرضي الذي ينتج عن تراكم التعرض اذ يتعرف المتعرضون على حقائق الواقع الاجتماعي والتي تصبح الصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الخارجي.

تساهم تكنلوجيا الاتصال في معرفة الناس بالواقع الاجتماعي ونقل المعاير الثقافية الشائعة لكل افراد المجتمع وخصوصا الشباب، علما ان أفاقها توسعت وزادت أبعادها وتشعبت مع تفجر المعرفة والثورات العلمية والمعلوماتية والاتصالية الأكثر بروزا في حياتنا المعاصرة وهي السرعة وخاصة سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداول مجالاتها مع الثورة المعلوماتية والاتصالية الحديثة لاسيما ان وسائل التواصل الاجتماعي والحديث قد اصبحت تشكل مرجعا اساسيا لدى الشباب للتواصل وتناقل الاخبار.

ان نظرية الغرس الثقافي هي احدى النظريات التي ارتبطت بتكنلوجيا الاتصال والمعلومات عن تاثيرات التراكمية الطويلة المدى في الجمهور حيث يؤشر الى تقارب ادراك الجمهور لتلك الوسائل للواقع الاجتماعي والتكوين الطويل المدى للادراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة الاستخدام مستمر لتكنلوجيا الاتصال.

وفي الوضع الحالي فان العالم يمر بمرحلة جديدة من التطور التقني الاتصالي الذي امتزجت فيه ثلاث ثورات وهي المعلومات ووسائل الاتصال وتقنيات الاتصال، ويرى الباحثون ان استخدام الشباب الكوردي ومتابعتهم لتلك الوسائل والتقنيات الاتصالية التي تخلق لديهم المكونات الثلاثة التي هي المكون المعرفي والمكون العاطفي والمكون السلوكي، بحيث تقودهم الى المعرفة والتوعية والاحساس بالمسؤولية الذاتية والاسرية والمهنية والوظيفية والمسؤولية العامة.

ثانيا: منهجية البحث

1- مشكلة البحث:

ان تكنلوجيا الاتصال ووسائل الاعلام هي الأداة الرئيسة في عملية الاتصال الجماهيري التي توسعت آفاقها وزادت أبعادها وتشعبت مع تفجر المعرفة والثورات العلمية والمعلوماتية والاتصالية الأكثر بروزا في حياتنا المعاصرة وهي السرعة وخاصة سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداول مجالاتها مع الثورة

المعلوماتية والاتصالية الحديثة لاسيما وسائل التواصل الاجتماعي الحديث التي قد اصبحت تشكل مرجعا اساسيا لدى الشباب للتواصل وتناقل الاخبار.

ان تعاظم ثورات الاتصال وتحول الكرة الأرضية إلي قرية كونية قد خرق حاجز الزمان والمكان، و أصبحت وسائل الاتصال والإعلام في هذا العصر دورا مؤثرا وأكثر فاعلية في تشكيل التوجهات وتوجيه السلوك والتأثير في بنية الثقافة وله دور مهم بتوعية الشباب واحساسهم بالمسؤولية.

ان محور مشكلة الدراسة وقضيتها الاساسية تكمن في الاجابة عن الاسئلة الاتية:

1- ما دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية المجتمعية ؟

2- مادور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الذاتية؟

3- مادور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الاسرية؟

4- ما دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية؟

5- مادور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية العامة؟

2/ اهداف البحث:

يهدف هذا البحث الى التعرف على دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، وحدد الباحثون الاهداف الاتية من خلال المقياس الذي اعده الباحثون لغرض التوصل الى الاهداف الاتية للبحث:

الهدف الاول: التعرف على مدى دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية المجتمعية.

الهدف الثاني: التعرف على:-

ا- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الذاتية.

ب- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الاسرية.

ت- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية.

ث- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية العامة.

ج- الفروق الاحصائية في تقدير المبحوثين طبقا للمتغيرات الشخصية والدراسية وساعات مشاهدة تكنلوجيا الاتصال.

3/ أهمية البحث

تكمن اهمية البحث في معرفة تاثير تكنلوجيا الاتصال في الشباب الكوردي وبالاخص في موضوع المسؤولية المجتمعية، لأن هذا الدور يكتنفه الغموض في ظل غياب الاستنتاجات العلمية. لذا اصبح معرفة دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي من الضروريات البحثية، بغية تحليل أبعاده.

ثالثا: مفاهيم البحث

من الضروري شرح مفاهيم الاساسية الموجودة في البحث وتوضيحها شرحا موجزا، وهذه المفاهيم هي: الوعي، الشباب والشباب الكوردي، المسؤولية الاجتماعية، ونظرية الغرس الثقافي.

1-تكنلوجيا الاتصال: تتكون تكنلوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة العناصر التي تتطور باستمرار نتيجة الطلب المستمر عليها، وتتمثل هذه العناصر من الآلات والآلية والبرمجيات والشبكات، وتنقسم على مرحلتين وهما التطور في الاجهزة والتطور في الاتصال[185] .

وتميزت تكنولوجيا الاتصال بمجموعة من الخصائص، أهمها: تقليص الوقت والمكان والنمنمة والذكاء الاصطناعي وتكوين شبكات الاتصال والتفاعلية واللاتزامنية واللامركزية وقابلية التوصيل وقابلية التحرك والحركية والتحويل واللاجماهيرية والشيوع والانتشار والعالمية[186].

---

[185] ياس خضير البياتي، الاعلام الجديد(الحرية والفوضى والثورات)، الامارات العربية المتحدة: هيئة الفجيرة للثقافة والاعلام، 2014)، ص23-24.

[186] المصدر نفسه، ص27-28.

ان تكنولوجيا الاتصال هي اداة او جهاز او وسيلة تساعد على انتاج البيانات او توزيعها او تخزينها او استقبالها او عرضها، او هي الالات والاجهزة والوسائل الخاصة التي تساعد على انتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها[187].

ان تكنوجيا الاتصال هي الخبرات المتراكمة والمتاحة والادوات والوسائل المادية والتنظيمية والادارية المستخدمة ونشرها وتبادلها وتوصيلها وبثها ونقلها واستقبالها وعرضها بين الافراد والجماعات[188].

أن لتكنولوجيا الاتصال دور مهم في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لما لهذه الأخيرة من خصائص متميزة وأكثر كفاءة من وسائل الاتصال التقليدية، وهي واسعة الانتشار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول لتصل إلى كل نقطة من العالم حيث عجزت أن تصل إليها وسائل الاتصال القديمة، وأنها تمتاز بكثرة المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية وتنوعها لمختلف شرائح البشر، متاحة في أي مكان وزمان، وبتكلفة منخفضة. فهي تعد مصدرا مهما للمعلومات سواء أكانت للأشخاص أم المنظمات بمختلف أنواعها أم للحكومات، وتلعب دورا مهما في تنمية العنصر البشري من خلال البرامج التي تعرض من خلالها.

ان شريحة الشباب هي الأكثر استخداما لهذه التقنيات، فقد فتحت هذه الوسائل الباب للتواصل خصوصا في مجال المعرفة وأضافت العديد من المعلومات المتعلقة بالأخبار والآراء، ولها أثرها في مجال التواصُل مع الآخرين. علما أن الجيل الجديد يمضي الساعات الطوال أمام الأجهزة التواصلية، ويجد ضالته في التواصل مع غيره عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيجلس لأوقات غير محدودة أمام أجهزة التواصل، ويستفيد من تكنولوجيا التواصل والمعلومات، وفي المقابل فإن تعني هذه الساعات العزلة الاجتماعية عن

---

[187] منال هلال المزاهرة، تكنلوجيا الاتصال والمعلومات، (الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014)، ص42.

[188] المصدر نفسه، ص42.

الأسرة، والخمول الجسمانِي، والضغط والتوتر النفسي، فضلا عن التأثيرات السلبية عليهم نتيجة الدخول إلى المواقع غير البريئة واللاأخلاقية.

ومن منظور اتصالي يهدف اليها الباحثون يمكن القول إن تكنولوجيا الاتصال هي: مجموع التقنيات او الادوات او الوسائل او النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون او المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري او الشخصي او التنظيمي او الجمعي او الوسطي، يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة او المكتوبة او المصورة او المرسومة او المسموعة المرئية او المطبوعة او الرقمية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية او الرسائل او المضامين المسموعة او المسموعة المرئية او المطبوعة الرقمية، ونقلها من مكان الى اخر وتبادلها، وقد تكون تلك التقنيات يدوية او الية او الكترونية او كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي تعد من ضمن هذا التطور [189].

إن الحضارة المعاصرة تصفي على كل شيء مسحة تماثلية تطابقية، فالصناعة الثقافية توصل بضائعها المتماثلة الى كل مكان، ملبية حاجات كثيرة متنوعة، ومعتمدة على معايير انتاجية موحدة في اشباع هذه الطلبات من خلال نمط صناعي في الانتاج، ونحصل على ثقافة جماهيرية مكونة من سلسلة من الاشياء التي تحمل بصمة الصناعة الثقافية من خلال تكنلوجيا المعلومات والاتصال، نتيجة قانون يخضع له التطور التكنولوجي، بل مردها الى وظيفة التكنلوجيا في الاقتصاد الحالي، حيث لايمكن ان تقوم الا بالاعتماد على مبدأ إعادة الانتاج، ولو لمرة واحدة[190].

[189] منال هلال المزاهرة، مصدر سابق، ص45.

[190] ارمان وميشال ماتلار، ترجمة: د.نصرالدين لعياضي ود.الصادق رابح، تاريخ نظريات الاتصال، (لبنان: المنظمة العربية للترجمةن 2005)، ص 89-90.

2-الوعي: عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من ادراك ذاته وادراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي اليها كعضو، ويشير رائد الدراسة التفاعلية الرمزية(جورج هربرت ميد) الى ان الوعي هو عمليات الاتصال التي تساعد الفرد على النظر الى نفسه والقيام بدور الآخرين[191].

وتعد التوعية العملية التي تشير إلى إكساب الفرد وعيا حول أمر ما أو أمورا بعينها، وتبصيره بالجوانب المختلفة المحيطة بها، وبهذا فإن التوعية تهدف في بؤرة اهتمامها إلى التوجيه والإرشاد للتزود بالمعرفة والإكساب واكتساب الخبرة.

3-الشباب: الشباب هو جمع مذكر ومؤنث معاً، وتعني الفتاء والحداثة، ويطلق لفظ شبان، وشببية، جمع مذكر لمفرد شاب، ويطلق لفظ شابات، وشائب، وشواب، جمع مؤنث على شابة مفردة، وأصل كلمة شباب هو شب بمعنى صار فتياً، أي من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة[192].

علما أن مرحلة الشباب تبدأ من خلال دخول الفرد إلى المجتمع الذي يحاول بدوره إدماجه وتأهيله ليؤدي عمله داخل المجتمع، ثم تنتهي بعد أن يحتل الفرد مكانة اجتماعية يكون فيها قادراً على تأدية الدور بشكل مقبول ضمن النظام الاجتماعي، فالشباب يختلفون عن الأطفال، لأنهم دائماً في وضعية مستقلة عن الأسرة، وهذا يعود إلى استكمال دراستهم الجامعية والانخراط في الشغل وامتلاكهم للدخل والمسكن ثم الزواج بهدف تكوين أسرة خاصة بهم خالية من التبعية ومن تسلط الأهل، بخلاف الأطفال فهم دائماً في كنف الأسرة وتحت رعاية سلطة الأباء وسلطة المؤسسة المدرسية، وإلى جانب كون الشباب مختلف عن الكهول في السن، فهؤلاء الكهول يصبحون غير قادرين على العطاء في مهنتهم، وفي تدبير أسرهم نظرا لتقدمهم في السن، ومن ثم فإنهم يتخلون عن دورهم الاجتماعي عندما يصلون إلى سن التقاعد.

---

[191] محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع،(القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1990)، ص88.

[192] مجموعة من المشاركين . معجم الوسيط . مكتبة الشروق الدولية . الطبعة الرابعة 2004، ص470.

ولا يمكن أن نظن أن الدور الاجتماعي وحده هو الذي يحدد لنا مفهوم الشباب الذي يتمثل في (انتهاء الدراسة، والدخول إلى الوظيفة أو الاستقلال عن العائلة)، فقد عرف المجتمع المغربي تغيرات على المستوى السوسيوثقافي، فالفشل الدراسي والعجز عن تأمين العمل ومتطلبات الحياة، أفرز لنا مجموعة من الشباب غير القادرين على أداء الدور بالشكل الذي يحدده النظام الاجتماعي على الرغم من حصولهم على شهادة العضوية الاجتماعية، بحيث هناك من الدارسين من ينظرون إلى الشباب على أنهم فئة أقل تماسكاً داخل المجتمع بسبب الإقصاء الاجتماعي الذي يعيشونه من حيث أزمة التشغيل والتكوين، وهو ما عبر عنه إدغار موران "Edgar Morin" أن الشباب هم الحلقة الضعيفة في التماسك الاجتماعي[193].

ان عرفت القواميس السوسيولوجية الشباب بأنهم اولئك الذين تتراوح اعمارهم بين 18-24 سنة، اي الذين اتموا المرحلة الدراسية العامة، فهم يعيشون مرحلة انتقالية الى الرجولة او الامومة، يتخطى الافراد فيها مرحلة التوجيه والرعاية ويكونون اكثر تحررا[194].

وفي هذه المرحلة يكون الفرد اكثر موضوعية وحركية واكثر رغبة في التغيير ويقبل ما هو جديد، ويكون الفرد في هذه المرحلة اكثر قدرة وفهما للقضايا وكيفية معالجتها[195].

وبهذا فإن الشباب يأخذون في الاعتبار الدور الاجتماعي لهم في المجتمع والذي لا تتجزأ مسؤليتهم في البناء الاجتماعي العام للمجتمع .

5- المسؤلية الاجتماعية:

---

[193] المنجي الزايدي، ثقافة الشارع : دراسة سوسيوثقافية في مضامين ثقافة الشباب،(تونس: مركز الناشر الجامعي،2007)، ص18.

[194] احمد زكي البدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، (بيروت: مكتبة لبنان، 1978)، ص452.

[195] عبدة محمد دوؤد حافظ، تواصل الشباب الجامعي من خلال شبكات الاجتماعية، دراسة منشورة في كتاب وسائل الاعلام ادوات تعبير وتغيير، (الاردن: دار الاسامة للنشر والتوزيع، 2013)، ص329.

المسؤولية تعني القدرة على اتخاذ القرار او السلوك بتوجيه ذاتي دون رقابة[196]، وانها مسؤولية الفرد امام ذاته عن الجماعة التي ينتمي اليها وهي تكوين ذاتي خاص نحو الجماعة التي ينتمي اليها الفرد، وعبارة المسؤول امام ذاته تعني في الحقيقة المسؤولية عن الجماعة أمام صورة الجماعة المنعكسة في ذاته [197].

6- نظرية الغرس الثقافي:

إن تطور تكنولوجيا الاتصال الذي ادى الى اختراع وسائل الاعلام الجماهيرية، وبدأ في مطلع اواخر القرن الثامن عشر بعد اختراع اللاسلكي ثم السينما، حتى بداية النصف الاول من القرن العشرين باختراع الراديو والتلفزيون والاقمار الصناعية وظهور القنوات الفضائية في اواخر السبعينيات من القرن الماضي، وظهور الاتصال التفاعلي الذي جاء من خلال اندماج التكنلوجيا الاتصالية ومجتمع المعلومات ليتم الاتصال التفاعلي بين الناس من خلال ثورة الاتصال الالكترونية، فقد ظهر عدد من النظريات على مدى القرن العشرين التي تطرقت الى تكنولوجيا الاعلام والاتصال، واهمها: نظرية الحتمية التكنلوجية لمارشال ماكلوهان ونظرية انتشار المبتكرات، ونظرية الفجوة المعرفية، ونظرية الغرس الثقافي، هذه النظريات التي تصف بالاحتمالات المختلفة للعلاقة بين تكنلوجيا الاتصال والفرد والمجتمع وتفسرها وتتنبأبها [198].

تعد نظرية الغرس الثقافي من اهم نظريات الاتصال التي تقدم تصورا تطبيقيا للافكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية، وتدرس النظرية قدرة وسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصال في تشكيل معارف الافراد والتاثير في ادراكهم للحقائق المحيطة بهم، خصوصا بالنسبة للافراد الذين يتعرضون الى وسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصال بشكل متكرر وكثيف، أن كثيري التعرض للتلفزيون

---

(196) محمد حسام الدين، المسؤلية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2003)، ص40.

(197) سيد عثمان، علم النفس الاجتماعي التربوي، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1975)، ص17.

(198) منال هلال المزاهرة، مصدر سابق، ص75-76.

كاحد ادوات تكنلوجيا الاتصال يختلفون في ادراكهم للواقع الاجتماعي من الافراد القليلي التعرض فهو وسيلة فعالة للغرس الثقافي[199].

ان نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الاعلام اذ تتميز بالتوازن والاعتدال اي تعطي للإعلام أدوارا محددة وترى أن وسائل الاتصال تعمل من خلال عوامل ومؤثرات وسيطة مترابطة، وهذه العوامل تجعل وسائل الاتصال عاملا مساعدا في التأثير وتقوم على العلاقات الطويلة الامد بين اتجاهات وآراء الافراد من ناحية، وعادات المتعرضين من ناحية اخرى، وهي مدخل مختلف عن المداخل التي تستخدم في دراسة تاثير تلك الوسائل واصبح المركز الرئيسي للثقافة الجماهيرية واصبح اساسا في التنشئة الاجتماعية.[200]

ومن خلال تعريف جورج جربنر لمفهوم الغرس، يظهر ان الغرس هوما تفعله الثقافة بنا، والثقافة هي الوسيط او المجال الذي تعيش فيه الانسانية وتتعلم من خلال هذا التعريف ويمكن تعريف الغرس الثقافي بانه العملية التي تهتم باكتساب المعرفة او السلوك من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الانسان، والبيئة الثقافية بادواتها هي التي تقوم بعملية الاكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم او الرموز الثقافية في المجتمع، ومن هذه الادوات فان تكنلوجيا الاتصال ووسائل الاعلام احتلتا مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بادواره وتاثيراته[201].

واذا كانت دراسات الغرس قد ركزت في البداية على انتشار الجريمة والعنف وعلاقتها ببرامج التلفزيون في امريكا، فان هناك مجالا آخر لايقل عنها اهمية في المجتمعات الساعية الى التقدم، والذي يؤكد مرة اخرى العودة الى مناقشة قضايا الثقافة الجماهيرية وتدني الذوق العام او غرس المعاني او الافكار التي تسهم

---

[199] كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام، ط2،(الاردن: دار المسيرة للنشر والتزيع والطباعة، 2014) ص145.

[200] المصدر نفسه، ص340-341.

[201] محمد عبدالحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التاثير، (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص332.

بطريق مباشر او غير مباشر في تدعيم الوضع القائم وسيطرة اصحاب المصالح على توجيه الثقافة الجماهيرية بما يتفق مع دعم مصالحها، وخصوصا في مراحل التغيير الفكري والعقائدي، بجانب اختبار فروض هذه النظرية في مجال انتشار الافكار والمعاني الغريبة عن المجتمع، حيث تنتشر عبر التكنلوجيا المتقدمة في وسائل الاعلام وتدعيم التغيير الثقافي لصالح ثقافات خارجية اخرى، ويمكن الكشف عنها في نماذج سلوكية عديدة يتصدرها السلوك اللفظي وبصفة خاصة في المراحل العمرية المبكرة[202].

ومن خلال نظرية الغرس الثقافي الذي يؤكد على تاثير وسائل الاعلام وتكنولوجيا الاتصال في البيئة الثقافية، اهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة، هي: دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر في انتاج الرسائل، ودراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الاعلام وتكنلوجيا الاتصال، ودراسة الاسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على ادراك الجمهور للواقع الاجتماعي[203].

رابعا: الجانب الميداني للبحث

1- منهجية البحث:

يصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، واعتمد البحث على المنهج المسحي، وتبنى الباحثون مقياسا ثلاثيا لبناء المقياس، وشملت الفقرات النهائية على (20) عشرين فقرة.

2- مجتمع البحث وعينته:

يشمل المجتمع الاصلي لعينة البحث، طلاب جامعة السليمانية في اقليم كوردستان العراق، اما بالنسبة للعينة فقد اختار الباحثون (120) فردا من الطلاب بطريقة عشوائية منتظمة في جامعة السليمانية في

---

[202] المصدر نفسه، ص340-341.

[203] حسن عماد المكاوي، ود.ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص299.

الاختصاصات الانسانية والعلمية. ولكن بعد توزيع الاستبانات تم إسترجاع 97 إستبانة من مجموع الإستبانات الموزعة.

3- مجالات البحث:

أ- المجال البشري: شملت عينة البحث (97) فردا من الطلاب في جامعة السليمانية.

ب- المجال المكاني: يشمل المجال المكاني اقليم كوردستان العراق/جامعة السليمانية/ الكليات الانسانية والعلمية.

ت- المجال الزماني: استغرقت عملية توزيع الاستمارات وجمع البيانات وتفريغها وتحليلها والاجراءات الميدانية والاحصائية من 2015/11/1 الى 2015/11/20.

4- ادوات البحث:

اعتمد الباحثون على مجموعة من ادوات مقياس دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، وقد تم في بناء البحث الاعتماد على صياغة فقرات دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، ومن اجل هذا قام الباحثون ببناء هذا المقياس وجمع أسئلته من خلال استمارة استبانة والمقياس ونظريات وادبيات دور تكنلوجيا الاتصال والغرس الثقافي، وبنوا اربعة محاور لدور تكنلوجيا الاتصال والغرس الثقافي وهي محور دور تكنلوجيا الاتصال في(**تنمية الاحساس بالمسؤولية الذاتية**، و**تنمية الاحساس بالمسؤولية الاسرية**، و**تنمية الاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية**، و**تنمية الاحساس بالمسؤولية العامة**)، وبعد ترتيب المحاور الى بناء مقياس واحد لدور تكنلوجيا الاتصال وعملية صلاحية المقياس، طبقوا على عينة عشوائية منتظمة من طلاب جامعة السليمانية.

5- الصدق الظاهري للمقياس:

تم عرض فقرات المقياس بصيغتها الاولية على مجموعة من الخبراء [204] لاصدار حكمهم على صلاحية الفقرات وعدم صلاحيتها، وعددها (20) فقرة، وبعد تحليل اجابات الخبراء تم استخراج قيمة لكل فقرة، وحصلت على نسبة اتفاق(95%) ، لذا يعد هذا المقياس صادقا صدقا ظاهريا.

6- ثبات المقياس:

استخدم الباحثون معامل كرونباخ الفا للمقياس ككل قد بلغ (0.884) وهو معامل مرتفع تشير الى ثبات المقياس.

7- تعليمات المقياس:

من اجل تطبيق الجانب الميداني، طلب الباحثون من المبحوثيين بيان رأيهم بوضوح والتأشير بعلامة (✓) أمام أحد البدائل الثلاثة التي حددت في المقياس وهي (دائما، احيانا، ابدا).

8- المعالجة الاحصائية:

استخدم الباحثون الاساليب الاحصائية الاتية:

1- النسب المئوية والتكرارات لوصف متغيرات الدراسة ونتائجها بشكل عام.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المقياس.

3- اختبار"ت" (t – test.) لاختبار الفروقات لعينة واحدة أو لعينتين مستقلتين.

4- اختبار تحليل التباين الاحادي (One-Way ANOVA) لايجاد الفروق للمتغيرات التي تبلغ بدائلها ثلاثة فأكثر.

الجزء الاول من الدراسة المدانية: خصائص العينة المختارة:

[204] سماء الخبراء حسب الدرجاتهم العلمية:

- الاستاذ الدكتور وسام فاضل راضي، كلية الاعلام، جامعة بغداد.
- الاستاذ الدكتور فاضل بدران، كلية الاعلام ، الجامعة العراقية.
- الاستاذ المساعد الدكتور عبدالكريم الدبيسي، كلية الاعلام جامعة البترا.

ا-الجنـس

ظهر من خلال تفريغ البيانات المتعلقة بافراد عينة البحث البالغ عددهم (97) مبحوثا، أن عدد الاناث 50 مبحوثة وبنسبة 51.5%. في حين بلغ عدد الذكور 47 مبحوثا وبنسبة 48.5%، ينظر جدول (1)

جدول (1) يبين متغير الجنس لدى أفراد العينة

ت	الجنس	العدد	%	المرتبة
1	انثى	50	51.5	1
2	ذكر	47	48.5	2
المجموع		97	%100	

ب-الاختصاصات

ظهر من خلال تفريغ البيانات المتعلقة بافراد عينة البحث والبالغ عددهم (97) مبحوثا، وان عدد اختصاصات الكيات الانسانية كانت 59 مبحوثا وبنسبة 68,4%، في حين بلغت الاختصاصات العلمية 38 مبحوثا وبنسبة 31,6%، ينظر جدول (2)

جدول (2) يبين الاختصاصات الدراسية لأفراد العينة

ت	الاختصاصات	العدد	%	المرتبة
1	الكليات الانسانية	59	60.8	1
2	الكليات العلمية	38	39.2	2
المجموع		97	%100	

ج- المرحلة الدراسية:

يتبين من خلال تفريغ البيانات المتعلقة بافراد عينة البحث حسب متغير المرحلة الدراسية البالغ عددهم (97) مبحوثا، ان عدد المبحوثين في المرحلة الثانية كان (35) فردا بنسبة 36.1% وهم في المرتبة الاولى ، اما في المرتبة الثانية فقد جاء المبحوثون في المرحلة الرابعة بـ (33) مبحوثا ونسبة 34.0%، أما المبحوثون في المرحلة الثالثة فقد حلوا في المرتبة الثالثة بـ (29) فردا ونسبة 29.9%. ينظر جدول (3)

جدول (3) يبين المراحل الدراسية لأفراد العينة

ت	المرحلة الدراسية	العدد	%	المرتبة
1	الثانية	35	36.1	1
2	الثالثة	29	29.9	3
3	الرابعة	33	34.0	2
المجموع		97	%100	

د- مستوى استخدام تكنلوجيا الاتصال:

يتبين من خلال تفريغ البيانات المتعلقة بافراد عينة البحث حسب متغير المرحلة الدراسية والبالغ عددهم (97) مبحوثا، ان عدد المبحوثين الذين يستخدمون تكنلوجيا الاتصال اكثر من 4 ساعات يوميا كانوا (38) فردا بنسبة 39.2% وهم في المرتبة الاولى، اما في المرتبة الثانية جاء المبحوثون الذين يستخدمون تكنلوجيا الاتصال 2-4 ساعات يوميا بـ (32) مبحوثا ونسبة 33.0%، أما المبحوثون الذين يستخدمون تكنلوجيا الاتصال في أقل من ساعتين في اليوم فقد حلوا في المرتبة الثالثة بـ (27) فردا ونسبة 27.8%. ينظر جدول(4).

جدول (4) يبين مستوى استخدام تكنلوجيا الاتصال لافراد العينة

ت	مستوى الاستخدام	العدد	%	المرتبة
1	اكثر من 4 ساعات يوميا(معدل كثيف)	38	39.2	1
2	4 ساعات في اليوم(معدل متوسط)	32	33.0	2
3	اقل من ساعتين في اليوم(معدل بسيط)	27	27.8	3
المجموع		97	%100	

الجزء الثاني من الدراسة المدانية: عرض نتائج البحث

ويتضمن هذا الجزء الميداني عرضا للنتائج التي توصل اليه البحث وفق مقياس (دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية) وتفسير هذه النتائج حسب الاسئلة المحددة في الدراسة. وبقصد الوصول الى الهدف الاول للبحث، الذي ينص على (التعرف على مدى دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية) استخرج الباحثون المتوسط الحسابي للمقياس البالغ (97) والمتوسط الفرضي(*) البالغ (40) مع الانحراف المعياري للمقياس البالغ (3.6) باستخدام الاختبار التائي t.test لعينة واحدة، وقد تبين ان القيمة التائية كانت (2.418) بدرجة حرية (96) ودلالة (0.01)، وتبين من خلال تلك النتائج انه دال احصائيا، أي ان هناك دور لتكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية ، ينظر الجدول (5).

الجدول (5) نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لاجابات افراد العينة على مقياس

* الوسط الفرضي = مجموع درجات البدائل على عدد البدائل في عدد الفقرات

العينة	المتوسط الحسابي الحقيقي	المتوسط الحسابي الفرضي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية (df)	دلالة (Sig)
97	40.90	40	3.65	2.418	96	0.01

ولغرض الوصول الى الهدف الثاني وهو التعرف على:

ا- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الذاتية.

ب- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الاسرية.

ت- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية.

ث- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية العامة.

ج- الفروق الاحصائية في تقدير المبحوثين طبقا للمتغيرات الشخصية والدراسية وساعات مشاهدة تكنلوجيا الاتصال.

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة البحث، وبما ان مقياس المستخدم يتكون من ثلاث درجات ترجيح، فقد تم تحويلها الى متوسطات حسابية، وللحكم على شدة دور تكنلوجيا الاتصال فقد اتبع مايأتي:

أعلى قيمة – أدنى قيمة 3 -1 = 2

3/2= 0.66 المدى range

1+ 0.66= 1.66 وهذا يعني دورا منخفضا

1.67+ 0.66= 2.33 وهذا يعني دورا متوسطا

2.34+ 0.66= 3 وهذا يعني دورا مرتفعا

ولغرض معرفة الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل الفقرات ورتبها قام الباحث عن طريق برنامج (SPSS) بجمع بدائل كل الفقرات واستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل الفقرات، ثم رتب مراتب الوسط الحسابي للفقرات تنازليا اي من الكبرى الى الصغرى، وكانت كالاتي:

1- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الذاتية.

من خلال فرز البيانات الخاصة بمعرفة مدى دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية الذاتية، تبين ان المتوسط الحسابي العام لتقدير العينة في هذا المحور كان (2.07) وإنحراف معياري (0.280) وهو دور متوسط. وعلى مستوى الفقرات نلاحظ ان الفقرة (9) التي تنص على " تطرح تكنلوجيا الاتصال افكارا جدية للاهتمام بحقوق الآخرين" جاءت في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (2.26) وانحراف معياري (0.526)، وفي المرتبة الثانية حلت الفقرة (17) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في نشر ثقافة التسامح وتقبل رأي الاخر" بمتوسط حسابي (2.20) وانحراف معياري (0.552)، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت الفقرة (1) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في تثقيف الشباب إزاء الإعتماد على النفس" بمتوسط حسابي (2.08) وانحراف معياري (0.373)، أما الفقرة (5) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب لتحمل المسؤولية " فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.97) وانحراف معياري (0.567) وحلت في المرتبة الخامسة والاخيرة ضمن هذا المحور الفقرة (13) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في تفعيل ثقافة عدم التبذير والاسراف " بمتوسط حسابي (1.91) وانحراف معياري (0.563)

ومن خلال هذه المؤشرات يتبين ان مستوى الفقرات في هذا المجال هو مستويات متوسطة وهذا تؤكد على ان المسؤلية الذاتية هي تنبع من النفس وان دور العوامل الاخرى كدور تكنلوجيا الاتصال هي المحفز لبناء المسؤلية الذاتية . ينظر جدول (6)

جدول (6) دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الذاتية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المرتبة
9	تطرح تكنلوجيا الاتصال افكارا جدية للاهتمام بحقوق الآخرين	2.26	0.526	متوسط	1
17	تساهم تكنلوجيا الاتصال في نشر ثقافة التسامح وتقبل رأي الاخر	2.20	0.552	متوسط	2
1	تساهم تكنلوجيا الاتصال في تثقيف الشباب إزاء الإعتماد على النفس	2.08	0.373	متوسط	3
5	تساهم تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب لتحمل المسؤولية	1.97	0.567	متوسط	4
13	تساهم تكنلوجيا الاتصال في تفعيل ثقافة عدم التبذير والاسراف	1.91	0.663	متوسط	5
العام		2.07	0.280	متوسط	

2- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الاسرية

من خلال فرز البيانات الخاصة بمعرفة مدى دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية الاسرية، تبين ان المتوسط الحسابي العام لتقدير العينة في هذا المحور كان (1.84) وإنحراف معياري (0.253) وهو دور متوسط. وعلى مستوى الفقرات نلاحظ ان الفقرة (18) التي تنص على انه " تساهم تكنلوجيا الاتصال في زرع الثقة بالنفس داخل الاسرة " جاءت في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي

(2.10) وانحراف معياري (0.510)، وفي المرتبة الثانية حلت الفقرة (14) التي تنصعلى " تنشر تكنلوجيا الاتصال ثقافة رعاية المسنين والمحتاجين واليتامى المقربين للاسرة " بمتوسط حسابي (2.08) وانحراف معياري (0.553)، أما في المرتبة الثالثة فقد جاءت الفقرة (6) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في تعزيز ثقافة دور الأسرة في خدمة المجتمع " بمتوسط حسابي (1.78) وانحراف معياري (0.599)، أما الفقرة (10) التي تنص "يساهم تكنلوجيا الاتصال في بناء الشخصية السوية للأفراد داخل الاسرة " فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.68) وانحراف معياري (0.511) وحلت في المرتبة الخامسة والاخيرة ضمن هذا المحور الفقرة (2) التي تنص " تنتج تكنلوجيا الاتصال ثقافة الاحترام المتبادل بين أفراد الأسرة الواحدة " بمتوسط حسابي (1.64) وانحراف معياري (0.562). ومن خلال هذه المؤشرات يتبين ان مستوى الفقرات في هذا المجال وهو مستويات متوسطة وهناك فقرة مستواها منخفضة وهذا يدل على ان دور تكنلوجيا الاتصال ليس يالمستوى المطلوب في مجال توعية الشباب الكوردي ازاء نشر ثقافة الاحترام المتبادل بين أفراد الأسرة الواحدة ينظر جدول (7)

جدول (7) دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الاسرية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المرتبة
18	تساهم تكنلوجيا الاتصال في زرع الثقة بالنفس داخل الاسرة	2.10	0.510	متوسط	1
14	تنشر تكنلوجيا الاتصال ثقافة رعاية المسنين والمحتاجين واليتامى المقربين للاسرة	2.08	0.553	متوسط	2
6	تساهم تكنلوجيا الاتصال في تعزيز ثقافة دور الأسرة في خدمة المجتمع	1.78	0.599	متوسط	3
10	تساهم تكنلوجيا الاتصال في بناء الشخصية السوية للأفراد داخل الاسرة	1.68	0.511	متوسط	4
2	تنتج تكنلوجيا الاتصال ثقافة الاحترام المتبادل بين أفراد الأسرة الواحدة	1.64	0.562	منخفض	5
العام		1.84	0.253	متوسط	

3- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية.

من خلال فرز البيانات الخاصة بمعرفة مدى دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية ، تبين ان المتوسط الحسابي العام لتقدير العينة في هذا المحور كان (2.15) والانحراف المعياري (0.306) وهو دور متوسط. وعلى مستوى الفقرات نلاحظ ان الفقرة (7) التي تنص على " تزيد تكنلوجيا الاتصال الرقابة وتفقد سير العمل" قد حلت في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (2.42) وانحراف معياري (0.610)، وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرة (15) التي تنص " تساهم

تكنلوجيا الاتصال في توظيف ذوي الكفاءات العالية" بمتوسط حسابي (2.22) وانحراف معياري (0.525)، أما الفقرة (19) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في غرس روح التعاون" فقد حلت في المرتبة الثالثة ضمن فقرات هذا المحور بمتوسط حسابي (2.21) وانحراف معياري (0.519)، أما في المرتبة الرابعة نجد الفقرة (11) التي تنص " تخلق تكنلوجيا الاتصال التفاني وبذل أقصى جهد في العمل" بمتوسط حسابي (2.02) وانحراف معياري (0.612)، وحلت الفقرة (3) في المرتبة الخامسة والاخيرة التي تنص " تزيد تكنلوجيا الاتصال الوعي للإخلاص في العمل" بمتوسط حسابي (1.92) وانحراف معياري (0.606). ومن خلال هذه المؤشرات يتبين ان مستوى الفقرات في هذا المجال اكثرها متوسطة وهناك فقرة واحدة مستواها مرتفعو تتناول دور تكنلوجيا الاتصال في الرقابة وتفقد سير العمل ينظر جدول (8)

جدول (8) دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المرتبة
7	تزيد تكنلوجيا الاتصال الرقابة وتفقد سير العمل	2.42	0.610	مرتفع	1
15	تساهم تكنلوجيا الاتصال في توظيف ذوي الكفاءات العالية	2.22	0.525	متوسط	2
19	تساهم تكنلوجيا الاتصال في غرس روح التعاون	2.21	0.519	متوسط	3
11	تخلق تكنلوجيا الاتصال التفاني وبذل أقصى جهد في العمل	2.02	0.612	متوسط	4
3	تزيد تكنلوجيا الاتصال الوعي للإخلاص في العمل	1.92	0.606	متوسط	5
العام		2.15	0.306	متوسط	

4- دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية العامة.

من خلال فرز البيانات الخاصة بمعرفة مدى دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية العامة ، تبين ان المتوسط الحسابي العام لتقدير العينة في هذا المحور كان (2.11) والانحراف المعياري (0.266) وهو دور متوسط. وعلى مستوى الفقرات نلاحظ ان الفقرة (16) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في نشر الوعي الأمني" قد حلت في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (2.41) وانحراف معياري (0.573)، أما الفقرة (20) التي تنص " تساهم تكنلوجيا الاتصال في غرس قيم جديدة للشعور بالمسؤولية العامة" فقد جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.32) زانحراف معياري

(0.511) أما في المرتبة الثالثة فقد ند الفقرة (8) التي تنص " تعزز تكنلوجيا الاتصال شعور الإنتماء والمواطنة لدى الشباب" بمتوسط حسابي (2.02) وانحراف معياري (0.540) وحلت الفقرة (4) التي تنص " تزيد تكنلوجيا الاتصال إحترام القوانين" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.97) وانحراف معياري (0.567)، أما في المرتبة الخامسة والاخيرة فقد نجد الفقرة (12) التي تنص على " تزيد تكنلوجيا الاتصال الانضباط والمحافظة على النظام الإجتماعي" وذلك بمتوسط حسابي (1.86) واحراف معياري (0.595)، ومن خلال هذه البيانات نجد ان اكثر الموضوعات التي ابرزتها تكنلوجيا الاتصال كانت نشر الوعي الامني، في حين جاءت الموضوعات الاخرى متقاربة فيما بينها وكانت مستوياتها متوسطة ينظر جدول (9)

جدول (9) دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي الاحساس بالمسؤولية العامة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المرتبة
16	تساهم تكنلوجيا الاتصال في نشر الوعي الأمني	2.41	0.573	مرتفع	1
20	تساهم تكنلوجيا الاتصال في غرس قيم جديدة للشعور بالمسؤولية العامة	2.32	0.511	متوسط	2
8	تعزز تكنلوجيا الاتصال شعور الإنتماء والمواطنة لدى الشباب	2.02	0.540	متوسط	3
4	تزيد تكنلوجيا الاتصال إحترام القوانين	1.97	0.567	متوسط	4
12	تزيد تكنلوجيا الاتصال الانضباط والمحافظة على النظام الإجتماعي	1.86	0.595	متوسط	5
العام		2.11	0.266	متوسط	

5- دور تكنلوجيا الاتصال في جميع المحاور

من خلال الامعان بالنظر في البيانات الخاصة بمعرفة دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، تبين ان مستوى العام لجميع المحاور هي دور متوسط وذلك بمتوسط حسابي (2.04) وانحراف معياري (0.182)، أما بخصوص المجالات فقد حلت "دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية" في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (2.15) وانحراف معياري (0.306)، وفي المرتبة الثانية حل " دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية العامة" بمتوسط حسابي (2.11) وانحراف معياري (0.266)، أما في المرتبة الثالثة فقد حل "دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الذاتية"

بمتوسط حسابي (2.07) وانحراف معياري (0.280) وحل "دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي والاحساس بالمسؤولية الاسرية" في المرتبة الرابعة والاخيرة بمتوسط حسابي (1.84) وانحراف معياري (0.253). ينظر جدول (10)

جدول (10) يبين دور تكنلوجيا الاتصال في جميع المحاور

الرقم	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	المرتبة
1	دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية	2.15	0.306	متوسط	1
2	دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية العامة	2.11	0.266	متوسط	2
3	دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الذاتية	2.07	0.280	متوسط	3
4	دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الاسرية	1.84	0.253	متوسط	4
العام		2.04	0.182	متوسط	

التعرف على مدى الفروق الاحصائية في تقدير المبحوثين

لبيان دلالة الفروق الاحصائية في تقدير المبحوثين نحو دور تكنلوجيا الاتصال وتوعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية طبقا للمتغيرات، تم استخدام الاختبار"ت" ، لكل من المتغيرات (الجنس) و (الاختصاص) ، وتحليل التباين الاحادي لكل من المتغيرات (المرحلة الدراسية) و(عدد ساعات استخدام تكنلوجيا الاتصال)، وعلى النحو الاتي:

أ. الجنس

من خلال استخدام اختبار"ت" إتضح أنه لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية بين الذكور والاناث، من افراد عينة الدراسة، حيث كانت النتائج غير دالة إحصائيا، على النحو الاتي:

- المحور الاول بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.717-)، ومستوى الدلالة (0.349)
- المحور الثاني بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.131)، ومستوى الدلالة (0.151).
- المحور الثالث بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.283)، ومستوى الدلالة (0.233).
- المحور الرابع بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.250-)، ومستوى الدلالة (0.272)

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل من الذكور والاناث في كافة المجالات، ينظر جدول (11) .

جدول (11) يبين الفروق الاحصائية حول دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية تبعا لمتغير الجنس

المجال	الجنس	المتوسط	الانحراف	قيمة "ت"	الدلالة

		الحساب ي	المعيار ي		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الذاتية.	ذكر	2.05	0.307	0.717	0.349
	انثى	2.09	0.253	–	
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الاسرية.	ذكر	1.85	0.283	0.131	0.154
	انثى	1.84	0.225		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية.	ذكر	2.16	0.333	0.283	0.233
	انثى	2.14	0.285		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية العامة	ذكر	2.07	0.268	0.250	0.272
	انثى	2.14	0.261	–	

ب. الاختصاص الدراسي

من خلال استخدام اختبار"ت" إتضح أنه لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية بين الاختصاصات الانسانية والاختصاصات العلمية في كافة المحاور المتعلقة بدور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، من افراد عينة الدراسة، حيث كانت النتائج غير دالة إحصائيا، وعلى النحو الاتي:

- المحور الاول بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.997)، ومستوى الدلالة (0.584)
- المحور الثاني بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.021)، ومستوى الدلالة (0.110).
- المحور الثالث بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.948)، ومستوى الدلالة (0.359).

- المحور الرابع بلغت قيمة "ت" المحسوبة (0.180)، ومستوى الدلالة (0.606)

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل من الاختصاصات الانسانية والعلمية في كافة المجالات، ينظر جدول (12)

جدول (12) يبين الفروق الاحصائية حول دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية تبعا لمتغير الاختصاص الدراسي

المجال	الاختصاص	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	الدلالة
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الذاتية.	الانسانية	2.09	0.261	0.997	0.584
	العلمية	2.03	0.308		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الاسرية.	الانسانية	1.86	0.274	1.021	0.110
	العلمية	1.81	0.217		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية.	الانسانية	2.17	0.326	0.948	0.359
	العلمية	2.11	0.273		
	الانسانية	2.12	0.270	0.181	0.606

دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية العامة	العلمية	2.10	0.261		

ت. المراحل الدراسية

من خلال استخدام اختبار"ف" إتضح أنه لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية بين المراحل الدراسية في كافة المحاور المتعلقة بدور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، من افراد عينة الدراسة، حيث كانت النتائج غير دالة إحصائيا، على النحو الاتي:

- المحور الاول بلغت قيمة "ف" المحسوبة (2.889)، ومستوى الدلالة (0.610)
- المحور الثاني بلغت قيمة "ف" المحسوبة (1.039)، ومستوى الدلالة (0.358)
- المحور الثالث بلغت قيمة "ف" المحسوبة (1.559)، ومستوى الدلالة (0.216)
- المحور الرابع بلغت قيمة "ف" المحسوبة (2.826)، ومستوى الدلالة (0.640)

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية لكل من المراحل الدراسية في كافة المجالات، ينظر جدول (13).

جدول (13) يبين الفروق الاحصائية حول دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية تبعا لمتغير االمراحل الدراسية

المحاور	المرحلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ف"	الدلالة
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الذاتية.	الثانية	2.15	0.235	2.889	0.610
	الثالثة	2.07	0.243		
	الرابعة	1.98	0.338		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الاسرية.	الثانية	1.89	0.257	1.039	0.358
	الثالثة	1.81	0.216		
	الرابعة	1.82	0.286		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية.	الثانية	2.22	0.356	1.559	0.216
	الثالثة	2.14	0.259		
	الرابعة	2.09	0.296		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية العامة	الثانية	2.16	0.211	2.826	0.640
	الثالثة	2.15	0.261		
	الرابعة	2.02	0.266		

ث. عدد ساعات مشاهدة تكنلوجيا الاتصال

من خلال استخدام اختبار"ف" إتضح أنه لاتوجد فروق ذات دلالة احصائية في كافة المحاور المتعلقة بدور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، من خلال عدد ساعات مشاهدة تكنلوجيا الاتصال لافراد عينة الدراسة، كانت النتائج غير دالة إحصائيا، على النحو الاتي:

- المحور الاول بلغت قيمة "ف" المحسوبة (0.492)، ومستوى الدلالة (0.613)
- المحور الثاني بلغت قيمة "ف" المحسوبة (0.161)، ومستوى الدلالة (0.852)
- المحور الثالث بلغت قيمة "ف" المحسوبة (0.370)، ومستوى الدلالة (0.099)
- المحور الرابع بلغت قيمة "ف" المحسوبة (0.067)، ومستوى الدلالة (0.935)

وربما جاء عدم الفروق بسبب تقارب المتوسطات الحسابية في كافة المجالات، ينظر جدول (14).

جدول (14) يبين الفروق الاحصائية حول دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية تبعا لمتغير عدد ساعات استخدام تكنلوجيا الاتصال يوميا

المحاور	ساعات استخدام تكنلوجيا الاتصال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ف"	الدلالة
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الذاتية.	اقل من ساعتين في اليوم	2.10	0.294	0.492	0.613
	2-4 ساعات في اليوم	2.09	0.317		
	اكثر من 4 ساعات يوميا	2.03	0.372		

دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية الاسرية.	اقل من ساعتين في اليوم	1.87	0.299	0.161	0.852
	2-4ساعات في اليوم	1.84	0.224		
	اكثر من 4 ساعات يوميا	1.83	0.288		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية.	اقل من ساعتين في اليوم	2.25	0.335	2.370	0.099
	2-4ساعات في اليوم	2.08	0.332		
	اكثر من 4 ساعات يوميا	2.14	0.245		
دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية العامة	اقل من ساعتين في اليوم	2.09	0.295	0.067	0.935
	2-4ساعات في اليوم	2.11	0.253		
	اكثر من 4 ساعات يوميا	2.12	0.261		

الاستنتاجات:

استنتج الباحثون بعد مناقشة نتائج الدراسة الميدانية، ما يأتي:

1- من خلال مقياس الدراسة تبين أن تكنلوجيا الاتصال يتمتع بدور في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية، الا أن هذا الدور وكما تبين من خلال نتائج البحث يسهام بشكل محدود

في توعية الشباب ويقوم بدور معين في تنمية الوعي لديهم ويعمل من خلال عوامل ومؤثرات وسيطة مترابطة، وهذه العوامل تجعل تكنلوجيا الاتصال عاملا مساعدا في التأثير على الشباب.

2- من بين المجالات التي تدخل ضمن نطاق الدور المرتفع لتكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب، مجال نشر الوعي الأمني، وهذا يعني ان لتكنلوجيا الاتصال دورا بارزا في دعم المصالح الوطنية والحفاظ على الامن والاستقرار في المجتمع .

3- أصبحت تكنلوجيا الاتصال وسيطة للرقابة وتكشف عن المعوقات اثناء العمل وتحدد مصادر الخلل، اذ تبين من خلال نتائج البحث ان لتكنلوجا الاتصال دورا مرتفعا في تعميق حالة الرقابة اثناء سير العمل، وهذا يعني ان لتكنلوجيا الاتصال قدرة فعالة في تنمية الاحساس بالمسؤولية المهنية والوظيفية لدى الشباب.

4- يعتقد أغلب الشباب الكوردي ان لتكنلوجيا الاتصال دورا محدودا في انتاج ثقافة الاحترام المتبادل بين أفراد الأسرة الواحدة، وهذا يعني ان تكنلوجيا الاتصال قد انتجت عزلة للشباب داخل الاسرة.

5- هناك تشابه في رؤية الشباب ازاء دور تكنلوجيا الاتصال في مجالات المسؤولية المجتمعية بأوجهها المختلفة، اذ تبين من النتائج الاحصائية عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في تقدير الشباب الكوردي حول دور تكنلوجيا الاتتصال طبقا للمتغيرات (الجنس، التخصص، التحصيل الدراسي، ساعات مشاهدة تكنلوجيا الاتصال)

التوصيات

1- ضرورة استخدام تكنلوجيا الاتصال من قبل الجهات المعنية للقيام بتوعية الشباب لتنمية ثقافة المسؤولية المجتمعية لديهم.

2- عقد دورات تدريبية لزيادة المهارات في استخدام تكنلوجيا الاتصال لتوعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية.

3- اجراء دراسات ميدانية بشكل مستمر لمعرفة اليات توعية الشباب الكوردي نحو المسؤولية المجتمعية ولتشخيص العوائق التي تقف امامها وتحديد الاجراءات اللازمة لمعالجتها.

4- ضرورة مواكبة التطورات التقنية لتسهيل استخدام تكنلوجيا الاتصال من قبل الشباب واعطاء الاولوية لتوعيتهم ازاء المسؤولية المجتمعية.

المصادر:

1- البدوي، احمد زكي ، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت: مكتبة لبنان، 1978

2- البياتي، ياس خضير ، الاعلام الجديد الحرية والفوضى والثورات ، الامارات العربية المتحدة: هيئة الفجيرة للثقافة والاعلام، 2014.

3- حافظ، عبدة محمد دوؤد ، تواصل الشباب الجامعي من خلال شبكات الاجتماعية، دراسة منشورة في كتاب وسائل الاعلام ادوات تعبير وتغيير، الاردن: دار الاسامة للنشر والتوزيع، 2013

4- حسام الدين، محمد ، المسؤلية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2003

5- الزايدي، المنجي ، ثقافة الشارع : دراسة سوسيوثقافية في مضامين ثقافة الشباب، تونس: مركز الناشر الجامعي،2007.

6- عبدالحميد، محمد ، نظريات الاعلام واتجاهات التاثير، القاهرة: عالم الكتب، 2004

7- عثمان ، سيد ، علم النفس الاجتماعي التربوي، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، 1975

8- غيث، محمد عاطف ، قاموس علم الاجتماع، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1990

9- ماتلار، ارمان وميشال ، ترجمة: د.نصرالدين لعياضي ود.الصادق رابح، تاريخ نظريات الاتصال، لبنان: المنظمة العربية للترجمةن 2005.

10- مراد، كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام، ط2، الاردن: دار المسيرة للنشر والتزيع والطباعة، 2014.

11- المزاهرة، منال هلال، تكنلوجيا الاتصال والمعلومات، الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2014

12- المكاوي، حسن عماد وأخرون، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998.

الملحق رقم (1)

استبانـــة

جامعة السليمانية

سكول العلوم الانسااينة/ قسم الاعلام

اخي الطالب..اختي الطاليبة

تحية طيبة..

نضع بين ايديكم استمارة ببحث الخاصة الموسومة (دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية)، راجيا تفضلكم بملء هذه الاستبانة واجابة الفقرات بكل دقة وموضوعية، علما بان هذه المعلومات تستخدم لاغراض هذا البحث فقط ولا داعي لذكر الاسم.

الملاحظة: يرجى وضع علامة (√) في المربع الذي يتفق مع اجابتك، مع شكرنا وتقديرينا لتعاونكم .

الباحثون

اولا: البيانات الاولية

الجنس	□ ذكر	□ أنثى	
الاختصاص	□ العلمية	□ الانسانية	
المرحلة الدراسية	□ الثانية	□ الثالثة	□ الرابعة
عدد ساعات استخدام تكنلوجيا الاتصال يوميا	□اقل من ساعتين في اليوم	□ 2-4 ساعات في اليوم	□اكثر من 4 ساعات يوميا

ثانيا: المقياس

دور تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب الكوردي للاحساس بالمسؤولية المجتمعية

الرقم	العبـــــــــارة	ابدا	احيانا	دائما
1	تساهم تكنلوجيا الاتصال في تثقيف الشباب إزاء الإعتماد على النفس			
2	تنتج تكنلوجيا الاتصال ثقافة الاحترام المتبادل بين أفراد الأسرة الواحدة			
3	تزيد تكنلوجيا الاتصال الوعي للإخلاص في العمل			
4	تزيد تكنلوجيا الاتصال إحترام القوانين			
5	تساهم تكنلوجيا الاتصال في توعية الشباب لتحمل المسؤولية			
6	تساهم تكنلوجيا الاتصال في تعزيز ثقافة دور الأسرة في خدمة المجتمع			

7	تزيد تكنلوجيا الاتصال الرقابة وتفقد سير العمل			
8	تعزز تكنلوجيا الاتصال شعور الإنتماء والمواطنة لدى الشباب			
9	تطرح تكنلوجيا الاتصال افكار جدية للاهتمام بحقوق الآخرين			
10	تساهم تكنلوجيا الاتصال في بناء الشخصية السوية للأفراد داخل الاسرة			
11	تخلق تكنلوجيا الاتصال التفاني وبذل أقصى جهد في العمل			
12	تزيد تكنلوجيا الاتصال الانضباط والمحافظة على النظام الإجتماعي			
13	تساهم تكنلوجيا الاتصال في تفعيل ثقافة عدم التبذير والاسراف			
14	تنشر تكنلوجيا الاتصال ثقافة رعاية المسنين والمحتاجين واليتامى المقربين للاسرة			
15	تساهم تكنلوجيا الاتصال توظيف ذوي الكفاءات العالية			
16	تساهم تكنلوجيا الاتصال في نشر الوعي الأمني			
17	تساهم تكنلوجيا الاتصال في نشر ثقافة التسامح وتقبل رأي الاخر			
18	تساهم تكنلوجيا الاتصال في زرع الثقة بالنفس			
19	تساهم تكنلوجيا الاتصال في غرس روح التعاون			
20	تساهم تكنلوجيا الاتصال في غرس قيم جديدة للشعور بالمسؤولية العامة			

دور التكنولوجيا الحديثة في الصورة الرقمية الصحفية

د. أنتصار رسمي موسى

العراق /جامعة بغداد /كلية الفنون الجميلة

ملخص البحث

للصورة أهمية في الصحف و المجلات والاعلانات لما تحمله من قيم معلوماتية وجمالية في آن واحد وتساهم في عملية جذب القارئ اليها .

والصورة تختزل مقال كامل وتقدم الموضوع أو الحدث أو الافكار المراد ايصالها الى المتلقي بقيمة عالية من المعاني وعرض الحقائق والتعبير دون الحاجة الى الوصف والشرح .

ولقد أدى التطور التكنولوجي الحديث الى المزج بين تقنيتي الحاسوب والاتصالات فأصبحت الصورة احدى أوعية المعلومات المهمة وتنقل عبر قارات العالم الكترونيا .

لقد ازدادت الصورة الصحفية قوة وتأثيرا في هذا العصر الرقمي بفضل التطورات التقنية والتكنولوجية المتلاحقة من حيث برامجيات المعالجة الرقمية وتقنية الصورة نفسها من حيث الجودة والوضوحية (Resolution) وعدد البكسلات وتخزينها وتقنية ضغط الصورة الرقمية (Image data compression) لأغراض متعددة منها امكانية تحميلها على ذاكرة الحاسوب بسرعة أكبر من الصورة العادية غير المضغوطة (Raw image) كما وتستخدم لأغراض التحميل على شبكة الأنترنيت والنشر الالكتروني والتداولات الاخرى .

لقد تحدّدت مشكلة البحث من خلال التساؤل الاتي :

ما هو دور التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في الصورة الرقمية الصحفية من حيث التصميم والبنيه الالكترونية للصورة و التخزين والنشر الالكتروني لها .

اما هدف البحث فقد تحدد من خلال :

تعرّف دور التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في الصورة الرقمية الصحفية من حيث التصميم وبنيتها الالكترونيه والتخزين والنشر الالكتروني لها .

ويعّد هذا البحث من البحوث الأساسية (المفاهيمية) ويسعى الى طرح معارف ومعلومات لها أساس واسع من التطبيق العملي اليومي علّه يضيف شيئا الى المعرفة العلمية.

دور التكنولوجيا الحديثة في الصورة الرقمية الصحفية

يعيش مجتمع اليوم ثورة تكنولوجية رقمية تنعكس على كافة مفاصل الحياة ومنها عملية الاتصال والاعلام في المؤسسات الاعلامية والمجتمع، بدءا" من مرحلة تجميع المعلومات وتغطية

الخبر والمعالجة والانتاج ثم البث والتوزيع والتخزين والارشفة، حيث ان تطور التكنولوجيا في مجال الاعلام والاتصال يفرض على الصحفيين اليوم مواجهة بعض المشاكل التقنية (التي كانت موكلة للفنيين) فأدخال الحاسوب في مجال الصحافة والمعالجة واستعمال مختلف البرامج كبرامج التصحيح الالكتروني والتصميم والمونتاج والارشفة وغيرها غيرت مهنة العاملين في الصحافة فأصبحت مهنة تقنية

الأساس التقني للصور الرقميه في ظل التكنولوجيا الحديثة

ان مرتكز الالتقاء الرقمي هو الثورة الرقمية Digital Revolution وهو تغيير جذري طرأ على وسائل المعلومات والاعلام تمثّل في تغيير الأساس التقني لعمل هذه الاجهزة الالكترونية والكهربائية من الوضع التماثلي (Analogue)، حيث يتم تمثيل الظاهرة الفيزيائية كالصوت، بموجة كهرومغناطيسية مرافقة تحاكي التغيّرات التي تحصل في الظاهرة الفيزيائية مثلا التغيّرات في الصوت، الى الوضع الرقمي (binary) حيث يتم تمثيل الظاهرة الفيزيائية كالصوت بسلاسل من أرقام ثنائية وهي (صفر – واحد) وتتغيّر حالتها لتعكس أية تغيّرات في الظاهرة المرافقة مثل تغيير الصوت، وهذا التغيير يعني ان المعلومات تخزن بشكل رقمي يتناسب مع نظام الحواسيب وينطبق ذلك على المعلومات المختلفة فأصبح مصطلح الألتقاء الرقمي يعني اتحاد البيانات والصورة والصوت في مصدر واحد عبر وصلة اتصال واحدة. وقد وفّرت التكنولوجيا الرقمية الوسيط الذي يستطيع توحيد كل تلك الوسائط، حيث نستطيع ان نرسل رسائل البريد الالكتروني بأستخدام التلفزيون او نرسل نصا عبر التلفون المحمول ويمكن استقبال الراديو والتلفزيون على جهاز الكومبيوتر الشخصي، فالألتقاء الرقمي أتاح المعلومات والصور والفديو والنصوص والصوت وأصبحت شبكات البحث الرقمي عالية السرعه في نشر الصور الرقميه في الوقت الآني في أي مكان في العالم

وألغت الحدود الجغرافيه والزمانيه كما أنها فتحت حدود التطور وآفاقه المستقبليه.

ان تطبيق النظام الرقمي يبنى أساساً على نظام الكود coding الثنائي وقد وجد مصممو أجهزة الكومبيوتر أن النظام الثنائي يمكن أن يعتمد عليه ليعطي نتائج سليمة، حيث يعطي لكل عدد وكل حرف رقما" يمكن تخزينه على شرائط ممغنطة أو أقراص مدمجة يمكن بثها عبر كابلات نحاسية أو ألياف ضوئية أو موجات البث الاذاعي أي تحويل النصوص والاصوات والصور الى الشكل الرقمي ويتم التعامل معها كلها من خلال تكنلوجيا واحدة.

تكنولوجيا النقل التناظري والرقمي للصور

تشهد تكنولوجيا نقل الصورة تطوّرات تقنية متلاحقة في ظل ثورة الاتصالات الحديثة، بما يسهم في اعانة الصحف والمطبوعات عامة في أداء رسالتها الاتصالية وبمعدلات غاية في السرعة والجودة والكفاءة.

و الاتصالات بشكل عام هي عملية نقل المعلومات بأنواعها المختلفة في هيئة (صور أو أرقام أو بيانات او نصوص و صوت)، من خلال استخدام الاشارات الكهربائية او الموجات المغناطيسية وهذا النوع من الاتصالات تمتاز بقدرتها على نقل كميات كبيرة في المعلومات، وبسرعة عالية جدا تقترب من سرعة الضوء. وفيما مضى تعمل تقنية الاتصالات وتقنية الحاسبات الالكترونية كل منها على انفراد دون اية رابطة بينهما، والان أدى التطور التقني الحديث الى المزج بين التقنيتين وهو الأمر الذي ضاعف من قدرات الاتصال. بحيث أصبح من الممكن نقل الصوت والصورة والنص في كابل واحد. وفي ظل ثورة المعلومات والمزج بين تقنيتي الحاسبات و الاتصالات أصبحت (الصورة) اليوم احدى الأوعية الرئيسية المهمة للمعلومات، وتنقل عبر قارات العالم المختلفة، والان يمكن ربط الحاسبات وخطوط التلفون العادية واستخدامها معا في نقل الصور والنصوص الى جانب الصوت لمسافات طويلة. وتستخدم الان موجات الميكروويف (microwave) والاقمار الصناعية في الاتصال بديل لاستخدم الكابلات البحرية والارضية.

ورغم التعدد والتنوع الذي تشهده تقنية نقل الصور والمعلومات فانها جميعا تندرج عن نوعين أساسيين من النقل هما:

1. النقل السلكي (wire transmission): وتشمل جميع الاتصالات التي تتم عبر وسائل نقل فعلية ملموسة مثل الاسلاك والكوابل مثل شبكات التليفونات المحلية، وشبكات اتصال الحاسبات داخل المباني اضافة الى الكوابل المحورية التي تمتد عبر البحار والمحيطات بين قارات العالم المختلفة.

2. النقل اللاسلكي (wireless transmission): وهي التي يتم فيها استخدام الموجات الكهرومغناطيسية التي تسري في الغلاف الجوي، وتبث هذه الموجات عبر الاثير المحيط بواسطة هوائيات ارسال معينة، وتستقبل لدى محطات الاستقبال بواسطة هوائيات اخرى. وعلى أية حال مهما يكون نوع الاتصال (سلكي او لاسلكي) المستخدم في نقل الصور والمعلومات فان هناك تقنيتين اساسيتين تندرج تحتها عملية نقل الصور والمعلومات هما:

اولا– تقنية النقل التناظري للصور (Analogue Transmission)

في ظل هذه التقنية يتم تحويل المعلومات المصورة وغيرها من المعلومات المراد نقلها الى اشارات كهربائية وموجات مشابهة تماما لتلك المعلومات، بمعنى ان تستخدم اشارات كهربائية تتغير بتغير المعلومات المعبّرة عنها ، ويمكن التميّيز بين نوعين أساسيين للصورة التناظرية Analogue photo من حيث وسيلة النقل المستخدمة في ظل هذه التقنية (التناظرية) وهما التناظرية (اللاسلكية) والتناظرية السلكية.

1– الصور التناظرية اللاسلكية Analogue Wireless photo

وتشير هنا الى الصور التي ترد الصحيفة من مصادرها الخارجية، عبر جهاز الراديو، الذي يعّد الوسيلة الاولى التي أحدثها التطور التقني لنقل الصور الى مسافات بعيدة وكان ذلك عام 1928، وذلك بتحويل القيم الضوئية التي تعبّر عن التدرجات الظلية في الصور المراد نقلها الى موجات كهرومغناطيسية مماثلة تسير في الغلاف الجوي، ويقوم هذا الجهاز بأرسال الصور عبر الآف الاميال، وتتم عملية الارسال من خلال وضع الصورة المراد نقلها على اسطوانة تدور بسرعة مناسبة تتحرك عمودياً على محور الاسطوانة ليتم مسح الصورة المنقولة ضوئيا، وبواسطة جهاز الراديو يتم تحويل الضوء المنعكس من على الصورة المنقولة الى موجات كهرومغناطيسية ترسل عبر موجات الراديو القصيرة (short waves) في الغلاف الجوي.

وفي طرف الاستقبال يتم تحويل الموجات الكهرومغناطيسية مرة اخرى الى قيم او اشارات ضوئية، تسقط على فيلم حساس مثبت على اسطوانة بجهاز الاستقبال تدور بالسرعة الثابتة- ذاتها- التي تدور بها الاسطوانة في جهاز الارسال وبعد الانتهاء من عملية الاستقبال يتم استخراج الفيلم الحساس المسجل عليه الصورة المنقولة، ثم تجري عمليات التحميض والاظهار اللازمة.

وفيما مضى كان هذا الجهاز بمثابة الوسيلة الوحيدة لنقل الصور الفوتوغرافية وكانت اول صورة تنقل بالراديو عام 1935م بثتها وكالة (AP) الامريكية الى الصحف المشتركة بالوكالة وبالنسبة للصحف العربية كانت صحيفة الاهرام المصرية هي صاحبة الريادة في استخدام هذه التقنية وذلك عام 1942م.

ومن عيوب هذه التكنولوجيا في نقل الصور عبر مسافات طويلة لأن موجات الراديو تتأثر في الغلاف الجوي بالظروف الجوية الأمر الذي يترتب عليه تشويّه الصور التي يتم استقبالها بواسطة هذه التقنية.

2-**تكنولوجيا نقل الصور التناظرية السلكية (Analogue- wire photo)**

في ظل هذه التقنية تطوّرت وسائل نقل الصور بحيث تستخدم الدوائر التلفونية المباشرة بدلا من أجهزة الراديو، وقد شهدت تقنية نقل الصور عبر خطوط الهاتف تطورات سريعة سواء في مجال نقل الصور العادية أو الملونة وصولا الى امكانية نقل السالبيات (Negatives) والشفافيات (Transparences) وهناك مراحل تطورية شهدتها هذه التقنية هي:

- اجهزة نقل الصور الورقية (print Transmitters) وتعّد هذه الاجهزة هي الوسيلة الاولى لنقل الصور عبر الوسائل السلكية وذلك في الثلاثينات من القرن العشرين وقد تم ابتكار الجهاز المعروف باسم (تليفوتو- Telephoto) الذي يستطيع نقل الصور الورقية المطبوعة عبر مسافات طويلة بأستخدام خطوط الهاتف العادية.

وتتلخص الفكرة الاساسية لطريقة عمل هذا الجهاز في وضع الصورة الأصل (print) المراد ارسالها على أسطوانة تدور بسرعة دورة أو دورتين في الثانية الواحدة، مع تسليط الضوء عليها بواسطة مصدر ضوئي صغير مثبت عموديا على الاسطوانة، مع وجود جهاز (photo cell) يتولى قياس كثافة الضوء المنعكس من على الاصل أثناء نقل الصورة بحيث يتم تحويل القيم الضوئية المعّبرة عن الصورة المنقولة الى اشارات كهربائية مماثلة، تشير بدورها في الخط التليفوني المتصل في الوقت نفسه بجهاز الاستقبال الذي يعيد تحويل الاشارات الكهربائية الى قيم أو اشارات ضوئية مرة اخرى، مماثلة لتلك التي تم التقاطها في جهاز الارسال.

ان الاشارة الكهربائية التي تمثل مخرجات جهاز الارسال تنقل عادة من خلال كابل تليفوني الى جهاز الاستقبال بواحدة من طريقتين:

الطريقة الاولى: وتسمى نظام (AM) اختصارا لـ(Amplitude modulation) وفيها تعتمد قوة الاشارة المرسلة عبر الخط التلفوني على كثافة الصورة المنقولة، وتتغّير قوة الاشارة وفقا لتغّير كثافة الصورة (حسب التدرجات المتنوعة) التي تتضمنها الصورة المنقولة ويظل تردّد الاشارة (Frequency modulation) ثابتاً لا تتغير مع تغير الكثافة.

الطريقة الثانية: هي نظام (FM) (Frequency modulation) وهي عكس الطريقة الاولى، حيث تظل قوة الاشارة ثابتة لا تتغير في حين يتغير تردد الاشارة مع تغير كثافة الصور من جزء لآخر خلال التدرجات وايا" كان النظام المستخدم في عملية نقل الصور فانه بعد انتهاء عملية الاستقبال يتم تحميض الصور اما (يدوياً او الياً) وتتم عملية التحميض داخل جهاز الاستقبال حيث تعمل الطرز الحالية من تلقاء نفسها حسب تعليمات جهاز الارسال.

ثانيا– تكنولوجيا النقل الرقمي للصور (Digital Transmitting)

وتمثل هذه التقنية انتقالة وتطورا" كبيرا" لسابقتها التقنية التناظرية وان هذه التطورات لا تتعلق بوسيلة النقل ذاتها (سواء كان النقل سلكياً ام لا سلكياً) بل تتعلق بالهيئة الرقمية (Digital Format) الأمر الذي حقق للصحيفة والمطبوعات فوائد عديدة منها السرعة العالية في النقل والجودة العالية والاختصار في الوقت والكلف الأمر الذي ترتب عليه **تغيير في الهيكليات الانتاجية والمالية والمسالك التكنولوجية للمؤسسات المعنية بذلك بشكل كبير.**

والنقل الرقمي هو (تكنيك) أو أسلوب مستعار من صناعة الكومبيوتر، وفي الأجهزة الرقمية يتم التعبير عن الاختلافات في كثافة الصورة من جزء لاخر ليس عن طريق التغّيرات في القوة الاشارية او التردد للاشارات المرسلة (كما هو الحال في النقل التناظري) ولكن عن طريق سلسلة رقمية (Digital signals) ويتم تمثيلها بأرقام ثنائية مكوّنة من رقمي (الواحد والصفر)، الصفر يعبّر عن الاشارة ذات الجهد المنخفض والواحد يعبر عن الاشارة ذات الجهد العالي، وتمثل التشكيلات المختلفة من هذه الاشارات أي (تشكيلات الصفر والواحد) مختلفة البيانات او المعلومات التي تعبّر عن التدرجات الكثافية المختلفة داخل الصورة المنقولة.

ويتولى مهمة تسجيل الاشارات الرقمية المعبّرة عن مستويات كثافة الصورة في أجهزة النقل الرقمية شرائح (ccds) الحساسة للضوء مع جهاز "مرقم Digitizer" ونتج أجهزة النقل الرقمية امكانية مسح الصور الفوتوغرافية ونقلها بمعايير مختلفة من الدقة التحليلية (Image resolution) وتوجد علاقة طردية بين مدى الدقة من ناحية وجوده الصورة المنقولة من ناحية أخرى وفي حالة ارسال الصورة بالدقة المعيارية او الدقة العالية (Basic or High Resolution) فان معالم الصورة بعد استقبالها تبدو على الورق أكثر تحديداً وتتمتع بدرجة عالية من الوضوح وفي حالة ارسال الصورة بدقة منخفضة (Low Resolution) فان النقاط المكونة للصورة (Pixels) تظهر على الورق بعد الاستقبال في هيئة مربعات رمادية.

كذلك فان الدقة تؤثر في السرعة التي يتم بها نقل الصورة فكلما زادت دقة الصورة المرسلة كلما زاد الوقت المستغرق في ارسال الصورة ذاتها ولما كان عامل الوقت مهما بالنسبة للصحف

لذا فان الدقة المعيارية للصور المرسلة تعّد كافية لضمان استقبال الصور بدرجة معقولة من الوضوح وبسرعة بما يتلاءم ومتطلبات الاصدار اليومي للصحيفة اليومية اضافة الى ان الصحف اليومية واسعة الانتشار تطبع على ورق من نوع ورق الصحف (newsprint) ذي السطح الخشن الذي لا يتطلب الدقة العالية للصورة على عكس المجلات.

الصورة الرقمية في ظل التكنولوجيا الحديثة

لقد أزدادت الصورة الفوتوغرافية والصحفية بخاصة، قوة وتاثيرا" في عصرالتكنولوجيا الحديثه بفضل التطورات التقنية المتلاحقة، من حيث برامجيات المعالجة الرقمية وتقنية الصورة نفسها من حيث الجودة وعدد البكسلات والبنيه الالكترونيه للصوره وتستخدم الصور لتوضيح موضوع معين أو لتوضيح مضمون الصفحات في حالة إستخدامها كرابط تشعب Hyperlink ، وهنا سوف نتطرق الى تطور تقني مهم قد لحق بالفوتوغرافيا عموماً والفوتوغرافيا الصحفية خاصة وهي ثورة حقيقية في عالم الصحافة.

بنية الصورة الرقمية

لقدأصبحت الصورة تحت ظل التقنية الرقمية من حيث بنيتها تقع ضمن تصنيفان هما:

1- نقطي (Bitmap): والذي يتم فيه تقسيم الصورة الى عدد من النقاط التي تمثل بخريطة من الصفوف المتراصة والتي اشبه ماتكون بقطع الموزاييك، فكل نقطة تعبر عن لون له موقعه الخاص ضمن تلك الخريطة، ومن انواعها الصور ذات الامتدادات (JPEG, GIF,PNG)، وترتبط جودة الصورة ضمن هذا التمثيل بعدد النقاط ضمن وحدة قياس معينة (كعدد البكسلات في الانش المربع (PPI

Pixels per inch)، أو عدد النقاط في الانش المربع (DPI dot per inch)، أو عدد الخطوط في الانش المربع (LPI)، وهو مايدعى بالـ (Resolution) أي دقة الصورة من حيث كثافة النقاط والتي تؤثر زيادتها في وضوح الصورة فتبقي على جودتها عند اجراء عمليات التكبير والتصغير وضغط الصورة دون الاضرار بجودتها أو تشويهها، فكلما زاد عدد النقاط كانت درجة وضوح الصورة وجودتها أعلى، مما تتطلب مساحة خزن اكبر لسعة حجمها، وكلما انخفض عددها قلت درجة وضوح الصورة .

والصورة ضمن هذا التمثيل تقسم الى عدة مناطق تبعاً لكثافة النقاط والمسافات الواقعة بينها، فكلما اتسعت المسافات بين النقاط وقلت كثافة النقاط ظهرت مناطق يطلق عليها مناطق الاضاءة العالية (Highlight)، وعندما تقل المسافات وتزداد كثافة النقاط تظهر مناطق الظلال الوسيطة ، وبزيادة الكثافة وتقليل المسافات أكثر تظهر مناطق يطلق عليها مناطق الظلال المنخفضة (Shadows).

وللصور النقطية برامج نقطية مثل (Adobe Photoshop, Paint Shop Pro, Corel Photo Paint) بالاضافة الى برنامج (Corel Painter) الذي يتيح التعامل مع الصور بمحاكاة واقعية بما يقدم من تقنيات وادوات ووسائط الرسم كالباستيل واقلام الرصاص والخ... ، وتكون وظيفة هذه البرامج الاساسية هي تعديل القيم اللونية للبكسلات وتعديل توزان الالوان وزيادة طابع الحدة وتغيير توزان الاضاءة والظلال وهكذا.

2- خطي- متجه (Vector): ويتم التعبير عن هذا النوع من الصور بخطوط ومنحنيات واشكال هندسية مرتبطة بتحديد الاتجاهات وفق طرق رياضية تسمى بالمتجهات (Vectors) وان لكل من هذه الاشكال خصائصها الهندسية الثابتة كاحداثيات الطول والعرض والقطر وقياسات المساحة ومحيط اللون الداخلي الذي يملؤها والملمس وغيرها من الخصائص ، وعند اجراء أي عمليات مثلا" التكبير على الصورة فان خصائص هذه الاشكال تبقى مدركة من قبل البرامج الخطية المتخصصة

في هذا النوع من الصور دون أن يؤثر ذلك في درجة وضوح الصورة أو دقة تفاصيلها ، لذلك يتمّيز هذا النوع من الصور بالمحافظة على جودتها ويمنحها المرونة والفاعلية عند اجراء تغييرات عليها كالتكبير والتصغير واعادة ترتيب الاشكال دون أية تشوهات أو عيوب تصيبها مقارنة مع الصور النقطية ، فالاشكال تتحرك بصورة مستقلة والذي يسمح لها أن تنظم ويعاد تنظيمها وتتراكب فيما بينها مما يجعلها الأفضل عند الحاجة الى أشكال شديدة الوضوح وبمظهر حاد فهي تتطلب مساحات أقل عند التخزين مع سهولة تناقلها والتعامل معها.

ويكمن الفرق بين هذين النوعين من الصور من حيث الحجم والقدرة على التكبير ، فالصور النقطية تستدعي الخزن بحجم كبير ، حيث يعبر عن كل بكسل بقيمة لونية (والتي عادة ماتكون عدة ملايين من البكسلات) . بعكس الصور ذات التمثيل الاتجاهي فهي تطلب مساحات تخزين اقل، الا ان هذا الكم الهائل من البيانات يمكن ان يخفض باستخدام تقنيات ضغط البيانات .

وتظهر الصور ذات التمثيل النقطي استجابة أقل لقدرة التكبير مقارنة بالبنية النقطية المتمثلة بصفوف من البكسلات ، فعند تكبير الصورة تكبر البكسلات معها وتزداد المساحات اللونية الحادة مما يفقد الايهام بتناغم المساحات اللونية ونعومتها، مما يتطلب اعادة بناء الصورة (الحصول عليها من المصدر) بدقة أكبر والتي اذا ماتم تجاوزها عند التكبير فعنئذ تقل جودة الصورة ، اما الصور ذات التمثيل الاتجاهي فهي تظهر استجابة اكبر للتكبير واعادة التحجيم فالعلاقة الرياضية تضمن ان كل النقاط والمسارات تعاد الى مواقعها بنسب التكبير وتحافظ على ارتباطها الاصلي والاشكال المكونة للصورة بعد تحجيمها يعاد امتلائها تلقائياً مع المحافظة على جميع خواصها.

تتكون الصور من شبكة دقيقة Fine Grid من Pixels ، وكل Pixel في الشبكة يمثل موقع لون معين ، ويتم تخزين الصورة الرقمية بالطريقة نفسها، ويمثل كل لون برقم ، ويتم ضغط كل هذه الارقام Compressed في الحجم، ويمكن ضغط الصورة بسهولة، وذلك لأن معظم الصور فيها

مساحات كبيرة تحمل الدرجة اللونية ذاتها وعندما يتم مشاهدتها على شاشة الحاسب، فأن الحاسب يقوم بعملية فك للضغط، وبذلك يعيد الحاسب بسهولة إعادة بناء الشبكة Pixels التي تتكون منها الصورة .

وقد اشارت دراسة حول الصور الرقمية مدى الاهتمام بهذه التقنيه سواء للصور التي انتجت عن كاميرات رقميه او تلك التي انتجت عن الادخال بالماسح الضوئي،حيث تؤثر الكثافه المنخفضه للصور الرقميه على اظهار الصورة داخل شاشات العرض على انها فقط مجموعه من النقاط المتراصه التي تمثل لوحه غير محددة المعالم .

وقد أتاحت برمجيات الحاسوب بفضل التقنية الرقمية الكثير من المعالجات الرقمية للصورة، وهذه المعالجات أصبحت تنفذ بمزيد من الدقة والسرعة والمرونة مع اضافة معالجات جديدة لم تكن متوفرة قبل التقنية الرقمية أضفت على اخراج الصور المزيد من الاحترافية والابتكارية في نفس الوقت، وبهذا يمكن القول ان دخول التقنية الرقمية في صناعة الصحف والمجلات قد أثّر على طريقة معالجة الصورة، فعوضاً عن استخدام الغرفة المظلمة الميكانيكية اسُتبدلت بالغرفة الالكترونية والتي بواسطتها تم التخلص من العيوب الفنية التي كانت تشوب الصورة، مثلا" الصورة التي تتخذ اشكال غير الرباعية كالدائريه والبيضويه وغيرها من الاشكال وهي تعاني من عدم الدقة في التنفيذ، وكذلك اختلاط حواف الصورة الباهتة الارضية ببياض الورقة، وظهور الصورة بعد الطبع وهي تعاني ضعف التباين الظلي بين اجزائها مما يؤدي الى غياب التفاصيل الدقيقة والذي يؤثر على درجة وضوح الصورة بشكل عام او قد تكون الصورة باهتة او قاتمة بسبب الاصل الفوتوغرافي للصورة وغياب المعالجة اللازمة لتوضيح الصورة، وغيرها من العيوب الكثيرة.

وتمتاز الصور الرقمية بميزات مهمة منها:

1_انها اقل كلفة وخاصة على المدى البعيد حيث لاتحتاج لشراء الافلام الضوئية او دفع كلف التحميض .

2_الصور الرقمية لاتحتاج الى مواد كيميائية كالتي تستخدم في تحميض الصور الضوئية .

3_تتيح الصور الرقمية للمستخدم ما يشاء من برامج تحرير الصور.

4_عدم فقدان الجودة اثناء نسخ او نقل البيانات .

5_ امكانية الطباعة او نقل الصور عبر البريد الالكتروني بشكل فوري .

اللون الرقمي:

عندما نتحدث عن اللون الرقمي فاننا نتحدث عن نوعين من الدقة للصورة الرقمية وهما (الدقة التحليلية) و(الدقة النغمية) وبذلك فاننا نتحدث عن عدد البكسلات في الصورة الرقمية ومستوى جودة الصورة ووضوحيتها. وبذلك فاننا نشير الى:

<u>1- الدقة التحليلية:</u>

وهي الدقة المعيارية Basic Resolution والبالغة (240 ×320 نقطة ضوئية) أما الدقة العالية High Resolution فتبلغ (480 ×640 نقطة ضوئية) وهو ما يتعلق بجودة الصورة ووضوحية اللون، وهناك علاقة طردية بين مستوى الدقة وجودة الصورة الناتجة فكلما زادت الدقة المستخدمة كلما اتاح ذلك صورا لونية ذات جودة أعلى والعكس صحيح. وجودة الصورة هي جودة ووضوحية النقاط الضوئية أي بمعنى اخر جودة ووضوحية اللون.

ومن الجدير بالاشارة الى ان الدقة المعيارية توفر صورا ذات جودة مقبولةخاصة في الصحف، والدقة الأعلى توفر صوراً أعلى جودة وهناك مستويات من الدقة عاليه جدا تفوق ماذكر وتستخدم في

المجلات وخاصة مجلات الازياء والاكسسوارات والاعلانات المختلفه لانها تحتاج الى دقه ووضوحية عاليه.

2-الدقة النغمية:

ويشار اليها في بعض الكتابات العربية والاجنبية بتعبير العمق اللوني color Depth وتقاس الدقة النغمية للصورة الرقمية بوحدة الـ(Bit) وهي أصغر معلومة رقمية وتعادل 8/1 من البايت، وتشير الدقة النغمية الى عدد القيم او المستويات النغمية أي اللونية سواء اكانت القيم الرمادية في الصور الابيض والاسود او القيم اللونية في الصور الملونة. ويعبر عن النقطة الضوئية بـ(Pixel)

ولما كانت الدقة النغمية تقاس بوحدة البت لذا فهي تمثل قياساً لعدد ((البتات))، أو كم المعلومات المخزونة لكل بكسل في الصورة.

فكلما زادت الدقة النغمية زادت عدد المستويات الظلية او اللونية أي –التدرج اللوني– للتعبير عن الصورة ومحتوياتها، وعليه تكتسب الصورة قدرة تعبيرية لونية أعلى، فهناك علاقة طردية بين مستوى الدقة النغمية للصورة أي اللون من جهة ودرجة وضوح التفاصيل الدقيقة للصورة الملونة أو غير الملونة.

فعندما تكون الصورة ذات الدقة (1 Bit) بمعنى يتكون البكسل الواحد من قيمتين أو مستويين لونين "on or off" وهو ما ينتج عن المعادلة (2: س^{1}=2 مستوى لوني) وعليه فان هذه الصورة لا تتضمن أي تدرج لوني فتكون اشبه بالرسوم اليدوية.

وكذا الحال في الصور ذات الدقة النغمية (2Bit) او (4 Bit) فهي تتضمن أربعة مستويات لونية (2^2= 4 او 16 مستوى لونيا في الحالة الثانية) 4^2= 16 مستوى لوني او ظلي.

ويعتبر الحد الادنى للدقة النغمية للصورة الرقمية أحادية اللون هو (8 Bit) بما يعطي 256 مستوى ظلياً (2^8: س= 256) وهو الحد الادنى لعدد المستويات الظلية الذي يعطي الاحساس بالمدى

الكامل للتدرج للون الواحد وعليه تكون الصور احادية اللون(الابيض والاسود) Gray scale بمستوى دقة نغمية (8Bit).

اما الصور الرقمية الملونة بصيغة RGB فتكون بدقة نغمية (24Bit) حيث توزع بمعدل (8Bit) لكل قناة لونية من القنوات الثلاثة.

بينما الصور الرقمية الملونة بصيغة CMYk بمستوى دقة نغمية (32 Bit) بحيث توزع ايضا بمعدل 8 بت لكل قناة لونية.

وهذا النوع من الصور الملونة بصيغة RGB تتيح (16 مليون مستوى لونيا) (2:س^{24}) أي ان كل نقطة ضوئية في الصورة Pixel تتمثل بهذا العدد الكبير من التدرجات اللونية وهناك عمق لوني يصل الى (42 Bit) وهو يعطي مليارات من التدرجات اللونية.

الا ان معظم برمجيات معالجة الصور تتعامل حاليا مع عمق لوني 24 بت في نظام RGB.

وكلما زاد العمق اللوني يؤدي الى تحسين التدرجات اللونية ومن المزايا المهمة لزيادة العمق اللوني أو الدقة النغمية للصورة انها تفيد في حالة ضغط الصور Image compression لانها تفقد عند ضغط الصورة في الدقة والعمق بما يؤثر على جودتها.

<u>الصيغ اللونية أو الظلية للصور الرقمية في ظل أنظمة النشر الالكتروني:</u>

يمكن تحويل الصور الفوتوغرافية الرقمية من صيغ لونية أو ظلية الى أخرى، ويشير تعبير الصيغة اللونية (Image Mode) الى الهيئة اللونية أو الظلية التي تتكون منها الصورة الرقمية على الشاشة بحيث تختلف القنوات اللونية color channels التي تتشكل منها الصورة وكذلك تختلف عدد البتات (Bits) المكونة لكل نقطة ضوئية Pixel في الصورة ومن اشهر هذه الصيغ هي:

1- **الصور الاحادية اللون الابيض والاسود (Gray Scale Mode)**: وهي صيغة طباعية وتتضمن قناة لونية واحدة ويتم طباعتها باستخدام حبر واحد ويكون عادة الحبر الاسود، وتتكون من عدد(8 Bit) لكل نقطة ضوئية في الصورة، وتستخدم مستويات رمادية تتدرج من (صفر- 100) للتعبير عن التدرج اللوني في الصورة. وتستخدم هذه الصيغة في الحصول على الصور الابيض واسود من اخرى ملونة.

2- **صيغة Duotone Mode**: وهي صيغة طباعية تتضمن قناتين لونيتين وهما الاسود+ لون اضافي اخر من الالوان الطباعية الاساسية "CMY" ويستخدم في طباعتها حبرين طباعيين ويبلغ عدد المستويات اللونية في الصورة الثنائية اللون 256×2 مستوى ظليا أو لونياً لذا فهي أعلى جودة من الاولى.

3- **الصور الثلاثية اللون Tritons Mode**: وهي صيغة طباعية وتتضمن ثلاث قنوات لونية وهي (الاسود+ لونين طباعين من الالوان CMY) ويبلغ عدد المستويات اللونية في الصورة الثلاثية اللون 256×3 مستوى لونيا وهي تحقق مستوى جودة اعلى من السابقة.

4- **الصور الرباعية اللون او الكاملة الالوان CMYK**: وهي صيغة طباعية وتتضمن أربع قنوات لونية وهي الألوان الأساسية الثلاثة بالاضافة للأسود، ويعطي الأحساس بالمدى الكامل للالوان وتطبع الالوان الاربعة بطريقة الالوان المتراكبة بما ينجم عنها مئات الالوان الثانوية نتيجة تراكب الالوان بعضها البعض بنسب متفاوتة، ويبلغ عدد المستويات اللونية في هذا النوع (256×4) مستوى لوني وظلي وهي تحقق أعلى جودة من سابقتها.

5- **الصور بصيغة RGB**: وهي عكس الصيغ اللونية السابقة فهي صيغة ضوئية، أي صيغة لعرض الصور على الشاشة، لذا فهي تستخدم لالوان الشاشة، وعند عرض الصور على الانترنت، ومع الكاميرات الرقمية والاختصارات (RGB) تعني الاشعاعات الضوئية الاساسية

Blue -Red- Green والتي اذا أندمجت مع بعضها البعض بنسبة 100% تعطي الضوء الابيض.

يستطيع برنامج (Adobe Photoshop) التعامل مع الصور الرقمية بأكثر من صيغة، بما يتيح للمخرج تحويل الصور من صيغة لأخرى طبقاً للغرض من استخدامها، وقدرته على تحويل الصور من أية صيغة الى صيغة (CMYK) اللونية المستخدمة في طباعة الصحف، كما انه يتيح الرؤية المسبقة للصور بهذه الصيغة اللونية قبل أن يتم التحويل اليها فعلياً.

تقنية ضغط الصورة الرقمية Image Compression

تعتبر تقنية ضغط الصورة الرقمية احدى التقنيات المهمة في التصميم وذلك لان ضغط الصور compressed Images، يتم لأغراض متعددة منها لكي يتم تحميلها على الذاكرة بسرعة أكبر من الصور العادية غير المضغوطة "Raw Images" كما وتستخدم لأغراض التحميل على الأنترنت والنشر الألكتروني والتداولات الاخرى.

أما تقنية ضغط الصورة الرقمية أو البيانات المصورة Image Data Decompression system & Compression فتقوم على فكرة الاستفادة من تكرار المعلومات داخل بيانات الصورة، بحيث يتم تسجيل البيانات المكررة لمرة واحدة فقط في الذاكرة، الأمر الذي يقلّل من كم البيانات المراد تخزينها عن الصورة وذلك بتسجيل البيانات المتشابهة لمرة واحدة فقط وعليه فالصور التي تحتوي على مناطق ذات لون متجانس مثل السماء أو الثلج أو الغيوم أو المساحات الخضراء. وغيرها تكون مضغوطة أكثر من الصور التي تتضمن تدرجات لونية متعددة، وبذلك تقلّل من السعة التخزينية المطلوبة.

كما وتزداد امكانية ضغط البيانات في حالة الصور الخطية "Line Art" حيث تتكرر مساحات البياض والسواد مما يتيح امكانية الضغط بنسب عالية تصل الى (1−30) في حين الصور الفوتوغرافية لا تتعدى نسبة الضغط فيها (1−20) في أقصى معدلات ضغط الصورة، نظرا لاحتوائها على مستويات عدة من التدرجات اللونية.

ويمكن التحكم في نسبة ضغط الصورة من خلال التحكم في خيارات مستوى الجودة في الكاميرات الرقمية، فعلى سبيل المثال، اذا تم ضبط الكاميرا على صورة بجودة عالية "High Quality" فان نسبة ضغط الصورة ستكون في أقل معدلاتها وستكون سعة الذاكرة التي تشغلها الصورة كبيرة، أما اذا تم ضبط الكاميرا على صورة بجودة قليلة "Low Quality" فان نسبة ضغط الصورة ستكون في أعلى معدلاتها ومن ثم ستكون سعة الذاكرة التي تشغلها الصورة قليلة، بما يسمح بتخزين عدد كبير من الصور على ذاكرة الكاميرا وسيكون مستوى جودة الصورة أقل أي العلاقة تكون عكسية بين نسبة ضغط الصورة وجودتها، وتكون العلاقة طردية بين نسبة ضغط الصورة وسعة تخزينها في الذاكرة.

أنساق الصور الرقمية

النسق هو تقنية تخزين ملف الصورة الرقمية لأغراض متعددة ويمكن تصنيفها الى ثلاث أنواع بحسب الوظيفة وهي أنساق حفظ الصور الرقمية بذاكرة الكاميرا الرقمية، وأنساق معالجة الصور الرقمية، وأنساق عرض الصور الرقمية وأرشفتها وتخزينها في ذاكرة الحاسوب. ويمكن عرض ذلك بالاتي:

اولا− أنساق حفظ الصور بذاكرة الكاميرا الرقمية:

يتم حفظ وتخزين الصور الرقمية بذاكرة الكاميرا الرقمية وفق أحد الانساق (JpEG, Tiff, CCRAW) حيث يتم التقاط الصورة فتقوم الشرائح الحساسة للضوء بتمويل الاشارات الضوئية الى اشارات كهربائية، تتحول داخل الكاميرا من الهيئة التناظرية الى الهيئة الرقمية. وعند حفظ الصور الرقمية

باحد الانساق السابقة الذكر يتم عند نقلها الى الحاسوب اعادة تخزينها بنسق ملفية اخرى سنتعرض لها لاحقا. اما اهم انساق حفظ الصور الرقمية بذاكرة الكاميرا الرقمية فهي:

1. نسق JpEG:

وتعني الحروف اختصارا لـ Joint Photographic Experts Group وتقوم الكاميرا بضغط بيانات الصورة من اجل تقليل حجم الملف وبالتالي زيادة عدد الصور التي يمكن تخزينها، وهذا النسق يعد مناسباً اذا كانت الغاية عرض الصور على شاشة الحاسوب او ارسالها عبر الانترنت، حيث حجم الصورة صغير، مما ساعد على سرعة تحميلها حيث ان ضغط الصورة بهذا النسق لا يؤثر سلباً في جودتها الا بدرجة طفيفة ويحقق اعلى نسبة ضغط متاحة- لحد الان- وهي نسبة 1-20% وقد اتاح التطور التقني امكانية ضغط البيانات المصورة وحفظها في هيئة مضغوطة، ويمكن فك ضغطها وارجاع الصورة الرقمية الى اصلها عند رؤيتها على شاشة الحاسوب او عند الطبع، وهذا مهم ويفيد اثناء العمل على شبكة الانترنت، وفي عملية ارسال الصور من والى الصحيفة سواء في تقليل حجم الذاكرة المطلوبة او في تقليل الوقت المستغرق في الارسال.

2.نسق Tiff:

وتاتي حروف النسق اختصارا لـ Tag Image File Format وقد صمم هذا النسق من قبل شركة الدوس (Aldus) لحفظ الصور المستوردة من الماسح الضوئي Scanner او من برامج معالجة الصور. وأنتشر هذا النسق بشكل واسع وأصبح يحظى بشهرة واسعة مع تطبيقات النشر الاحترافية. ويكون حجم

ملف النسق (Tiff) أكبر من حجم النسق (JpEG) وبالتالي يتسع الوسيط الرقمي الى عدد أقل من الصور الرقمية مقارنة مع عدد JpEG ويتميز نسق Tiff بأرتفاع جودة الصور فيه.

3. نسق CCD Raw Data

وهو نسق البيانات الخام وكانت شركة Canon أول من قدم هذا النسق عام 1996م عبر كاميراتها الرقمية (power shot 600) وبعد توالت الشركات التي تدعم هذا النسق. تتمثل اهمية هذا النسق في ان بيانات الصور الرقمية الملتقطة يتم تخزينها كما جاءت من الشرائح الضوئية، دون عملية ضغط او زيادة، الامر الذي يوفر جودة عالية للصور الرقمية، ونسق CRW اصبح مدعوما من معظم تطبيقات معالجة الصور خاصة برنامج Adobe Photoshop وينصح باستعمال هذا النسق عندما يكون مطلوب طباعة الصور او معالجة بواسطة البرامجيات الحاسوبية. وبما ان بيانات ملفات هذا النسق كما هي فهي لا تحتاج لاية معالجة في عمليات ضغط الصورة او فك الضغط، وان العامل الاساسي في اختيار هذا النسق او ذاك، هو الرغبة في الحصول على الصور عالية الجودة دون ضياع التفاصيل كما يحدث مع بقية الانساق المضغوطة، ناهيك عن الظواهر السلبية المرتبطة بالنسق المضغوطة مثل ظاهرة البكسلات المربعة pixelization.

ثانيا– أنساق معالجة الصور الرقمية

وهي أنساق تستخدم لحفظ وتخزين الصور الرقمية أثناء معالجتها وفق أحد البرامج الحاسوبية وذلك بغية الرجوع للصورة أثناء المعالجة حيث لاشك أن الصور التي يتم التقاطها ثم تفريغها الى الكومبيوتر غالبا ما تحتاج الى معالجة من حيث الحجم والمساحة التي تشغلها الصورة لارسالها الى البريد الالكتروني او تاخذ مسارها في النشر الالكتروني او قد تحتاج الى معالجة من حيث العتمة او الاضاءة او اللون وغير ذلك من المعالجات التطبيقية لذا ينصح عند معالجة الصورة الرقمية بضرورة انشاء نسختين من

الملف، نسخة بالنسق المحلي المفضل للتطبيق الذي تستخدمه، والاخرى بأحد الانساق المتداولة مثل نسق Tiff وغيرها حيث يقدم منتجوا برامج الصور تطبيقات جديدة باستمرار لمعالجة الصور الرقمية، ولكل برنامج من برامج معالجة الصور نسقه الخاص الذي يستخدمه في معالجة الصور وحفظها، حيث يميل منتجي البرامج لاستعمال انساق خاصة بتطبيقاتهم وهي ما تعرف بالانساق المحلية او الخاصة Native formats والتي تم الاشارة اليها في الاعلى، وخاصة لمن يرغب في معالجة الصور باستخدام اكثر من تطبيق لان في الغالب تكون الانساق المحلية مقروءة فقط من قبل برنامجها ويستعصي تحميلها من برامج اخرى. لذا يفضل انشاء نسختين من الملفات احداهما بالانساق المحلية والاخرى بالانساق المتداولة كما تم الاشارة اليه.أما أهم هذه الانساق فهي:

1- نسق PSD:

يوجد لدى برنامج فوتوشوب نسق محلي خاص به لحفظ ملف الصورة الرقمية أثناء العمل، ويدعى بنسق (PSD) ويقوم هذا النسق بتسجيل كل الاجراءات والتعديلات التي تحدث على الصورة اثناء المعالجة بما يتيح للمستخدم امكانية العودة الى أية مرحلة سابقة لاعادة تحريرها. وعند الانتهاء من المعالجة لا ينبغي حفظ الصورة في النسق الخاص بالبرنامج PSD بل يجب ان تحفظ الصورة في أي نسق اخر من الانساق الاكثر شيوعاً والمتداولة مثل (JpEG, Tiff, BMP) لتسهيل عملية تداول الصور بين التطبيقات المختلفة.

2- نسقPict:

ظهر هذا النسق مع برامج Mac Draw وتعمل مع اجهزة الكومبيوتر نوع ماكنتوش Macintouch.

3-نسق BMP:

يعمل هذا النسق في بيئة ويندوز "Windows" في توزيع المعلومات الرقمية "Bits" ويسمح لاجهزة ويندوز بعرض المعلومات على أي جهاز عرض وهو نسق شائع الاستخدام في معظم التطبيقات، وقابل للتداول على جميع الاجهزة.

ثالثا- أنساق عرض الصور الرقمية

تستخدم الصور الرقمية على شبكة الانترنت ومع الرسائل الالكترونية وتعرض على شاشة الحاسوب من اجل ذلك يفضل استخدام ملفات للصور تتسم بصغر حيز الذاكرة. بحيث يمكن ارسالها عبر الانترنت بمعدلات سريعة. ويعتبر نسق JpEG هو الاكثر شيوعاً لحفظ الصور الرقمية في هيئة مضغوطة، واستحدثت لتطوير نسق JpEG انساق اخرى اهمها:

1- نسق EPS

وهي اختصارا للمصطلح En Capsulated postscript ويتم حفظ الصورة في نسق Eps. بحيث يمكن تحميلها والتعامل معها بواسطة تطبيقات اخرى كما يمكن اجراء عمليات التغيير والتعديل عليها او تغيير مقاييسها ويتم حفظ الصور في نسق Eps بعد الانتهاء تماما من معالجتها وتكون في صورتها النهائية أي عند تحضير الصور من اجل ارسالها الى دور النشر لتاخذ طريقها الى مراحل التجهيزات الطباعية. ومحتوى ملفات Eps غير قابل لاعادة التحرير او المعالجة الا من قبل تطبيقات معينة مثل برنامج Adobe Illustrator ومعظم الصحف الان يتم حفظ صفحاتها بعد ان يتم تجهيزها بواسطة برنامج "كوراك اكسبريس" في نسق Eps حيث تكون الصفحة الكاملة للصحيفة (بكل عناصرها-

من صور ورسوم ومتن وعناوين) في هيئة صورة واحدة بعد تحويلها الى نسق "Eps" مما يسهل التعامل معها في بقية المراحل الانتاجية للصحيفة لتأخذ صفحات الصحيفة طريقها الى مراحل التجهيزات الطباعية.

2- نسق Gif

تاتي حروف Gif أختصارا لكلمات Graphic Interchange Format ويستعمل هذا النسق على شبكة الانترنت مع الرسوم الخطية وليس مع الصور الفوتوغرافية مثل أفلام الكارتون والرسوم والمخططات والشعارات والنصوص. والصور التي يتم حفظها في هذا النسق تكون محدودة بعدد من المستويات اللونية او الظلية يصل الى 256 مستوى لوني أو ظلي بمعنى أن هذا النسق يحفظ الصور بدقة نغمية تبلغ 8Bit، وهناك نمطان للنسق Gif يستعملان على شبكة الويب هما النمط الاصلي Gif87a والنمط الجديد Gif89a.

يستخدم نسق Gif الية ضغط بدون ضياع أي من تفاصيل الصورة حيث يعتمد مقدار الضغط على درجة تغير اللون في كل سطر من البكسلات، حيث تقوم عملية الضغط مرة واحدة اذا كانت البكسلات التي تحمل اللون الواحد في السطر الواحد لان البيانات عندئذ تكون مكررة فتسجل مرة واحدة وعليه فالصورة ذات اللون المتجانس تكون مضغوطة أكثر من الصور التي تتضمن تدرجات لونية متعددة كما سبق الاشارة الى ذلك.

3-نسق PNG

وهو نسق الشبكات المحمولة Portable Network Graphics وقد تم تطوير هذا النسق ليحّل محّل النسق Gif ويشابه نسق PNG مع نسق Gif في كونهما يستخدمان الية الضغط المحافظة، كما ان النسق PNG يسمح بالتحكم بدرجة أكبر في مستوى سطوح الصورة Brightness كما انه يدعم حفظ الصورة الرقمية بدقة نغمية تعمل حتى "48 Bit" لكل بكسل.

الوسائط المتعددة في الصورة الرقمية

تعد الوسائط المتعددة وسيلة انتاج وتقديم المنتج الاعلامي عبر مواقع الصحف الالكترونية التي تمزج بين المواد المنتجة بتكنولوجيات النص، والصوت، والصورة الثابتة ولقطات الفيديو في المنتج الواحد، وتعد الوسائط المتعددة احدى التكنولوجيا الحديثة التي تسهم في تحقيق يسر القراءة، خاصة انها قد جمعت بين خصائص وسمات وسائل الاتصال التقليدية والحديثة.

والوسائط المتعددة عبارة عن **برامج تمزج بين الصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والكتابة والرسوم الخطية لعرض الرسالة ويستطيع المتلقي ان يتفاعل معها .**

تعود جذور تقنية الوسائط المتعددة الى المحاولات المبكرة لدمج الصوت والصورة معاً في الافلام السينمائية منذ نحو مائة عام، ثم ظهرت تقنية التلفزيون لتضيف المزيد من الحيوية والفورية للمشهد المرئي، الذي يضم الحروف المقروءة والاصوات والصور الثابتة والمتحركة ، بيد ان تقنيات السينما والتلفزيون لم تكن تسمح للمتلقي بالمشاركة والتفاعل مع الرسالة الاعلامية فقد كان البث يتدفق في مسار واحد، وهو مسار خطي من المرسل الى المستقبل، وجاء اختراع الحاسوب ليوفر قفزة في تقنية الوسائط المتعددة والتفاعلية .

وتقوم الوسائط المتعددة على تكوين مايسمى بالحقيقة الافتراضية (Virtual Reality) والتي هي احد الانظمة المستقبلية لتوزيع الوسائط المتعددة وهي طريقة يتم من خلالها انشاء حالات وهمية من السفر والتفاعل داخل التجربة وهذا يعطي احساساً بالتجربة وكأنها حقيقة وبالتالي تعطي نتائج مبهرة ، حيث تعمل الوسائط المتعددة على اعلام المتلقي بخبر ما او معلومة ما عن طريق ادوات هي حتى هذا اليوم تعرف بالصوت والصورة والنص ولقطات الفديو وربما في بعض الحالات الحركة (كما في بعض افلام الحركة والرعب حيث تجهز دور السينما بمقاعد متحركة ومصادر صوت لادخال المشاهدون

للعرض في طور اقرب ما يكون للحقيقي وقد يضيف الغد القريب مؤثرات او ادوات جديدة كمثل الرائحة مما تزيد من الاثارة وتعطي المتلقي المزيد من الخبرة والمتعة.

وهي أرقى أنواع التكنولوجيا التي تم فيها المزج بين الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة، بما يحقق للمتصفح (التكاملية) في عرض النصوص والاعلانات من خلال عناصر الصوت والحركة والفيديو

وتتكون كلمة الوسائط المتعددة(Multimedia) من شقين الاول (multi) اي متعدد والثاني (media) بمعنى الوسائط وهي اصطلاح يطلق وبشكل عام على كل ماينطوي على معلومة تذاع او تنشر على الملأ كمرحلة اولى ويتناقلها الافراد وتتبادلها الالسنة فتنتشر بصورة اكثر ، وللوسائط المتعددة فوائد عظيمة اختصرت الكثير من الوقت والجهد، كما انها تُعَدُّ من الوسائل الالكترونية الحديثة التي تتجه الى دمج وسائل الاتصال الحديثة بعضها ببعض (اريك هوليسينجر ، ص8)

وتشير كلمة Multimedia إلى نوع من برمجيات الكومبيوتر التي توفر المعلومات بأشكال فيزيائية مختلفة كالصوت والصورة والرسوم المتحركة فضلا عن النصوص ، وتوفر برمجيات الملتيميديا ربطا محكما للمعلومات بأشكالها فهي عبارة عن ربط متكامل بين النصوص Text والأصوات Audio والصور وبرامج تحريك الصور Animation بشكل عام يجعل من الممكن استخدام عرض المعلومات في نصوص تتزامن مع صور وصوت وحركة .

وبذلك يكون مبدأ الوسائط المتعددة قائم على التعدد من الناحية الشكلية مابين انواع العناصر المكونة للوسائط المتعددة كمرافقة النص للصورة ومرافقة الصورة للصوت أو دمج عدد من العناصر كالنص والصوت والصورة ضمن تكوين واحد وتحقق فكرة الوسائط المتعددة التكامل ما بين اكثر من وسيلة فقوة وجاذبية النص المصحوب بالصورة والصوت هي أكبر مما تكون هذه العناصر كل على حدة.

وقد كان لتطور الحاسبات من سعة تخزين وسرعة المعالجات والذاكرة التشغيلية واصبحت رخيصة الثمن وتعددت البرمجات القادرة على دمج الوسائط المختلفة السبب المباشر في تطور الوسائط

المتعددة وانتشارها في مجالات الصحافة والتعليم والاعمال التجارية والانترنيت والتسلية وغيرها من المجالات، اذ ان استخدام الحاسب الشخصي في تقديم ودمج النص والرسوم والصور ولقطات الفديو بوصلات وادوات تجعل المستخدم يبحر ويتفاعل ويبدع ويتواصل.

نتائج البحث

1– غيرّت التكنولوجيا الرقمية الاساس التقني للصور وأصبحت المعلومات تخزن رقميا حيث تم تخزين تمثيل المعلومات بسلاسل من أرقام ثنائية وهي (صفر – واحد)

2– أحدثت التكنولوجيا الرقمية انتقالة وتطور كبيرين على المستوى البنائي للصور فأصبح البناء رقميا بعد أن كان تناظريا وأصبحت التقنية للصور تتعلق بالهيئة الرقمية الامر الذي حقق تغّيرا عظيما في الهيكليات الانتاجية والمالية والمسالك التكنولوجية للمؤسسات المعنية بذلك.

3– أحدثت التكنولوجيا الرقمية تطورا" كبيرا" في مجال نقل الصور مقارنة بالاسلوب التقليدي السابق (وهو الاسلوب التناظري في نقل الصور سواء كان النقل سلكيا او لاسلكيا) فأصبح النقل رقميا الكترونيا مما زاد في سرعة النقل.

4– أصبحت الصور على مستوى عال من الوضوحية بسبب الدقة العالية للصور التي وفرتّها التكنولوجيا الرقمية الحديثه.

5- غيرّت التكنولوجيا الاساس البنائي للصورة فأصبحت رقمية بعد أن كانت تناظرية وأصبح بناءها اما نقطي وهو عبارة عن عدد من النقاط او البكسلات وتقاس من خلالها الدقة أو صورة خطية يتم التعبير عنها من خلال خطوط.

6- بفضل التكنولوجيا الرقمية أصبحنا نتحدث عن اللون الرقمي ويشار الى نوعين من الدقة للصورة هما الدقة التحليلية للصورة الرقمية وتقاس بعدد النقاط الضوئية والبكسلات والدقة النغمية للصورة الرقمية او العمق اللوني وتقاس بوحدة البت.

7- وفرّت التكنولوجيا الحديثة امكانية حفظ الصورة الرقمية وهي تقنية لضغط بيانات الصورة الرقمية وتستخدم لاغراض تحميلها على ذاكرة الكومبيوتر والانترنت والنشر الالكتروني بسرعة أكبر من الصورة العادية الغير مضغوطة وهي احدى التقنيات المهمة في التصميم الرقمي.

8- وفرّت التكنولوجيا الرقمية استخدامات متعددة لتخزين الصور الرقمية بحسب الوظيفة وهي أنساق حفظ ملفات الصور الرقمية بذاكرة الكاميرا الرقمية وأنساق معالجة الصور الرقمية وأنساق عرض الصور الرقمية وتخزينها في ذاكرة الحاسوب.

9- وفرّت التكنولوجيا الرقمية استخدام الوسائط المتعددة في تصميم الصحف والمجلات والاعلانات وهي احدى الانظمة المستقبلية التي توفر اضافة الصوت والفديو والحركة الى المصممات لاثرائها معلوماتيا وجماليا.

10- وفرّت التكنولوجيا ميزات للصور الرقمية حيث انها لاتحتاج الى الافلام أو التحميض والمواد الكيميائية وبذلك فهي أقل كلفة وأكثر جودة.

المصادر العلمية :-

1- انتصار رسمي موسى : **التصميم الرقمي وتقنية الاتصالات الحديثة**، ط1، (بغداد: دار الفراهيدي للطباعة والنشر، 2011).

2- اياد حسين عبد الله : **فن التصميم**، ج3،(الامارات العربية المتحدة، 2008) .

3- حسنين شفيق: **حاسبات الوسائط المتعددة والانترنت** (القاهرة:رحمة برس للطباعة والنشر،2005) .

4- ....: **الاخراج الصحفي الالكتروني والتجهيزات الفنية**، (القاهرة:،دار فكروفن للطباعة والنشر والتوزيع،2009).

5- ....:التصوير الرقمي ،ثورة في التصوير الصحفي ،(القاهرة:رحمه برسللطياعة والنشر ،2007).

6- ....:الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في المجال الاعلامي ،(القاهرة :رحمه برس للطباعة والنشر،2006).

7- عبد الحميد بسيوني: **استخدام الوسائط المتعددة** (القاهرة : دار الكتب العلمية , 2004) .

8- السالمي ، علاء عبد الرزاق: **المدخل لنظم المعلومات الادارية** (بغداد : الجامعة المستنصرية ,1992).

9- القاضي، اياد عبد الكريم، محمد خليل ابو زلطة، **معالجة الصور الرقمية**، (مكتبة المجتمع العربي، ط1، 2010).

10- اللبان، شريف درويش: **الصحافة الالكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع**،(الدار المصرية اللبنانية، 2005).

11- محمد جاسم فلحي: **النشر الالكتروني،الطباعة والصحافة الالكترونية والوسائط المتعددة**،(عمان، دار المناهج، 2006).

12- محمد حسين بصبوص، ايمن شاكر نصر الله، واخرون، **الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات،** (ط1،الاردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2010).

13- هند رستم محمد شعبان، **أساسيات معالجة الصورة الرقمية** ، (بغداد ، دار الكتب والوثائق الوطنية، 2008).

14- Gordon , B ., **Digital graphic design** . London , first published united kingdom, 2002

اثر تكنلوجيا الاتصال الحديثة على التفكك الاسري

دراسة سوسيواعلامية

دكتورة ابتسام اسماعيل قادر- الاعلام

دكتورة زيا عباس- الاجتماع

العراق/ اقليم كردستان- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي-جامعة السليمانية-كلية العلوم الانسانية

الملخص:

يستهدف هذا الدراسةالى تحقيق مجموعة من الاهداف وهي: ((معرفة تكنولوجيا الاتصال الاكثر تأثيرا على التفكك الاسري بشكل عام و الاسرة الكردية بشكل خاص،تحديد الاعمار الاكثر تاثيرا بتكنولوجيا الاتصال الحديثة ،معرفة الوسيلة الاتصالية الحديثة الاكثر استخداما من قبل افراد الاسرة الكوردية ،تشخيص عمر الاسرة وتاثيرها على التفكك الاسري ،معرفة مستوى وعي الفرد واثرها على التفكك الاسري ،تحديد افراد الاسرة الاكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ،وقد استعانت الباحثة بمنهج المسح الاجتماعي،و استخدمت الباحثة اداة الاستبيان و المقابلة لجمع المعلومات من عينة البحث و التي تكون مقدارها (200) وحدة من المطلقين و المطلقات من مدينة السليمانية ،ولقد امتدت فترة جمع المعلومات من (2015/9/15–2015/11/15) ، من اهم الوسائل الأحصاية المستخدمة في الدراسة هي: ((النسبة المئوية – مربع كاي)).

والفرضية أساسية للدراسة : (وجود علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و تفكك الاسري / بحسب متغير الجنس).

فرضيات الفرعية للدراسة :

1. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث و هدم العلاقات الاسرية.
2. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث و أزدياد الفجوة بين الاجيال.
3. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث أغتراب الفرد داخل الاسرة.
4. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث عدم قيام الفرد بمهاراته الاجتماعية.
5. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث و ظهور المشاكل في الاسرة.

من اهم نتائج البحث: اتضح ان اغلبية افراد العينة عددهم من عمر (31–35 سنة)،و تكون خلفيتهم اجتماعية من المناطق الحضرية،وايضا غالبيتهم هم طالب أو خريجى متوسطة ، وايضا يكون دخلهم الشهري اقل من الحاجة،و قبل

طلاق كانوا يعيشون أما مع أهل الزوج أو أهل زوجة ،وغالبيتهم الزوج هو الذي طلب الطلاق.وكلهم يستخدمون تكنلوجيا أتصال الحديث .

واغلبيتهم يؤكدون على ان لأستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث أثر سلبي على علاقات فرد بالاخرين داخل الاسرة،لانه يؤثر على (أزدياد الفجوة بين الآجيال – أغتراب الفرد داخل الاسرة – أثرت بشكل سلبي على أدائهم لمهاراتهم الاجتماعية ،وأدت ايضا الى ظهور على ظهور مشاكل في الاسرة .

Summary of the Research:

This target of this research is to achieve some points such as (being familiar with the most effective and new communication technology on family's separation generally and Kurdish families specifically, specifying a suitable age that is most influenced by a new communication technology, recognizing the new communication technology that is used the most by any individuals in Kurdish families, the impact of individual ages on family .separation and identifying the family members who use communication facilities

This research is considered as a descriptive examination. The researcher depends on a social measuring tool in the research. He/ she use questionnaires and interviews to collect data. In an example, there are 200 divorced persons were from Sulaimany city. The duration of the research was between (15-09-2015 – 15-11-2015). The most important tool which is numerical such as (percentage and square root) is used.

Major hypothesis of the research: (having a link between using new communication (technology and family separation/ according to gender

Minor hypothesis:

1. Having a link between using new communication technology and breaking a family.

2. Having a link between using new communication technology and expanding the space among the generations.

3. Having a link between using new communication technology and individuals becoming strangers to their families.

4. Having a link between using new communication technology and ignoring the social roles by individuals.

5. Having a link between using new communication technology and building difficulties in families.

The most important results of the research:

It appears that most of the research members' age are between (31-35), from the city, are students or graduated from high school, their income is not enough for living, after the divorce, they lived in their father-in-law house, or all of them use new communication technology.

Most of them emphasize the negative consequences of using new communication technology on family relationships; they believe that it causes enlarging the space between the generations, individuals becoming strangers to their families, ignoring the social roles by individuals and building difficulties in families.

المقدمة:

شهد العالم في العقود الأخيرة تطورات متسارعة وتغيرات كثيرة نتيجة ثورة الإعلام والاتصال وما أفرزته من تكنلوجيا و وسائط متعددة،وانقسمت هذه التغيرات التي صاحبت هذا التطور إلى منحنيين ايجابي كالتعرف على ثقافة الأخر وتعزيزالتقارب الإنساني والتحاور ، وآخر سلبي أثر على الجانب الاسري والذي برزت لديه العديد من الأمراض والمشكلات النفسية والاجتماعية نتيجة التغير السريع والعدوى التي تفشت بسرعة البرق، والتي كان من أهم مظاهرها وأكثرها شيوعا تفكك العلاقات الاسرية بسبب ظهور كثير من الصراعات الداخلية متعلقة بالفرد نفسه والصراعات الخارجية أي بين الفرد و مع المحيط الخارجي سواء كانت الاسرة او الجماعات اخرى وصاحب ذلك شعور الفرد بالغربة والعزلة عن الأماكن والأفراد حتى ولو كانت في كنف الاسرة .

وبما ان تكنولوجيا الاتصال أصبحت شديدة الالتصاق بالحياة اليومية للانسان حيث أصبح من الصعب جدا أن نتخلى عنها،وهذا ما ادت باقتحام حياة العائلية بحيث قللت من فرص التفاعل والتواصل داخل الأسر ة بصورة عامة وبين الزوج و الزوجة بصورة خاصة وهى المشكلة الاكبر لان بقاء الاسرة متعلق ببقاء العلاقات بين زوجين و اذا ظهرت المشاكل بين الزوجين فقد تؤثر بصورة مباشرة او غير مباشرة على باقي افراد الاسرة.

و في ضوء ما تم التطرق اليه آنفا، تأتي هذه الدراسة لرصد أثر استخدام تكنلوجيا الاتصال الحديث على تفكك الاسري هذا وانقسمت الدراسة الى جانبين: الأول النظري ويتضمن فصلين ، والثاني الجانب الميداني الذي تتضمن فصلين وعلى النحو الآتي:

الفصل الأول: يتكون من ثلاثة مباحث، الأول يتناول الأطار العام للدراسة ومبحث الثاني عن تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية والثالث مرتبطة بالدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة.

اما الفصل الثاني: عبارة عن مبحثين الأول يتحدث تكنلوجيا الاتصال الحديثة سماتها و خصائصها ،والمبحث الثاني يتحدث عن تفكك الاسري / (أنماط التفكك الأسري ، اسباب تفكك الاسري و اثارها).

في حين أن الفصل الثالث: هو الجانب الميداني الذي يتكون من مبحثين، المبحث الأول عبارة عن الإطار المنهجي للدراسة ومنه عرضنا منهجية الدراسة وتحديد العينة وتصميم الأداة وفرضيات. والمبحث الثاني عبارة عن عرض الجداول وتفريغ بياناتها.

والفصل الرابع: عبارة عن مبحثين، المبحث الأول هي تحليل البيانات وعرض النتائج المتعلقة بالدراسة واختيار الفرضيات، و المبحث الثاني يتحدث عن النتائج و اللاستنتاج، وتنتهي الدراسة بعرض مجموعة من التوصيات والمقترحات.

الفصل الاول : اطار عام للدراسة

في هذا الفصل نحاول ان نقوم بتعريف الدراسة عن طريق توضيح مشكلة الدراسة وأهميتها واهدافها، وايضاً تعريف المفاهيم والمصطلحات العلمية المستخدمة وعرض الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة.

المبحث الاول : الأطار النظري للدراسة

يتضمن المبحث الاول تعريف بالدراسة مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة، اهداف الدراسة:-

1. مشكلة البحث:

في ظل التطور التكنولوجي السريع الذي يشهده عصرنا هذا ، اضمحلت مقولة ماكلوهان : بان العالم باتت قرية كونية صغيرة ، وحلت محلها بأن العالم اصبحت عبارة عن شاشة صغيرة .(1)

فالتكنولوجيا الان وبمنظور العقل ومن خلال المعطيات التي نراها وتاثيرها على الاسرة والتي تعد الخلية الاساسية في المجتمع ، وهي التي تمد المجتمع بجميع الفئات النشطة فهي تؤثر فيه وتتاثر به فبصلاحها يصلح المجتمع وبفسادها يفسد. فهل التكنولوجيا في مسارها نحو النماء والتطور او النهضة ام هي تتجه بالاتجاه الاخر ؟ وكيف يساهم هذا التطور التقني والفني على حياة الاسرة الكوردية ؟ هل هي العامل الأهم في التأثير على تفكيك حياة الأسرة الكوردية بدءا

من شاشة التلفاز ومرورا بوسائل الإتصال الحديثة ، وانتهاءا إلى عالم الإنترنت وما يحمله في طياته من أفكار وثقافات ودعوات ومواقع هدامة وأخرى اجتماعية وثقافية بناءة؟

ومما لاشك فيه ان تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت بشكل فعال في تسهيل الحياة وطرق التواصل ، لكن هذه الايجابيات تحوم حولها الكثير من السلبيات ، فالتواصل عبر وسائل الاتصال الحديثة ، اوجد نوعا من التفكك الاجتماعي والروابط الاسرية ، وتدفع الاسرة الواحدة الى التفكك نتيجة تاثيرها المباشر بجميع الافراد فكريا واخلاقيا واجتماعيا، والتي اصبحت ظاهرة اجتماعية ولابد التطرق اليها لان التفكك الاسري ناقوس خطر يهدد المجتمع.ومن هنا تكمن اهمية هذا البحث حيث ان افراد الاسرة الواحدة التي تتضمن الزوج والزوجة والابناء هم بالتالي افراد المجتمع وتتاثر بكل جوانبها وميادينها الاقتصادية والاجتماعية.

تتجسد مشكلة البحث حين يشعر الباحث بان موضوعا ما يحتاج الى مزيد من الايضاح والتفسير، حيث نعبر عن مشكلة هذا البحث من خلال التساؤلات الاتية:

1. هل لتكنولوجيا الاتصال اثر على تفكيك الاسرة الكوردية ؟
2. ماهي الوسيلة الاتصالية الحديثة الاكثر تاثيرا على حياة الفرد والاسرة الكوردية؟
3. ما الجنس الاكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في الاسرة الكوردية؟
4. ما العمر الاكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من افراد الاسرة الكوردية؟
5. هل عمر الاسرة لها تاثير على تفكك الاسرة بسبب استخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟
6. هل عمر الزوج|ة له تاثير على التفكك الاسري؟
7. هل لمستوى وعي الفرد تاثير علي التفكك الاسري؟
8. اي من افراد الاسرة الاكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

2. أهمية البحث:

أ) الأهمية النظرية:-

ان الاهمية النظرية لهذه الدراسة تأتي من كونها تهتم بدراسة وبحث حول احدى الركائز الاساسية للبناء الاجتماعي لأي مجتمع الا وهي الاسرة التي تعتبر اساس وجود المجتمع وبقاءه ، و ذلك من خلال قيامه بعمليات التنشئة الأجتماعية التي تؤثر على تكوين بناء شخصية الأنسان وايضاً تساعد في خلق جو مليء بحب وامن واستقرار وكل ذلك يؤثر بصورة مباشرة او غير مباشرة على استقرار وتوازن المجتمع وتنظيمها.

لذلك تعتبر هذه الدراسة ذات اهمية نظرية كونها تقوم بتوضيح وعرض آراء وأفكار عديدة حول أثر تكنلوجيا الاتصال الحديثة في ظاهرة التفكك الاسري فضلاً عن ذلك فأن هذه الدراسة ماهي الا تراكم علمي التي تدخل ضمن مجال سوسيولوجيا الاعلام.

ب) أهميتها التطبيقية:-

ان الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة تكمن في:-

1- معرفة اسباب وعوامل التي تؤثر على ظهور التفكك الاسري و بالاخص دور تكنلوجيا الاتصال الحديثة.

2- توضيح أثر التفكك الاسري على كل من الزوج و الزوجة و الاطفال.

3- الوصول الى العديد من التوصيات و المقترحات التي تساعد المؤسسات المعنية للاستفادة منها .

3. اهداف البحث:

يستهدف هذا البحث تحقيق مجموعة من الاهداف وهي:

1. معرفة تكنولوجيا الاتصال الاكثر تأثيرا على التفكك الاسري
2. معرفة تاثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تفكك الاسرة الكوردية
3. تحديد الاعمار الاكثر تاثيرا بتكنولوجيا الاتصال الحديثة
4. معرفة الوسيلة الاتصالية الحديثة الاكثر استخداما من قبل افراد الاسرة الكوردية

5. تشخيص عمر الاسرة وتاثيرها على التفكك الاسري

6. معرفة مستوى وعي الفرد واثرها على التفكك الاسري

7. تحديد افراد الاسرة الاكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الثاني: تحديد المفاهيم و المصطلحات العلمية:

1. تكنولوجيا :

هي كلمة مكونة من مقطعين هما تكنينك Technique والذي معناه الطريق او الوسيلة و لوغي /Logie تعني العلم وعليه يكون معا علم الوسيلة التي يستطيع بها الانسان بلوغ مراده. اذن فالتكنلوجيا مجموعة المعارف و الخبرات المكتسبة التي تحقق أنتاج سلعة أو تقديم خدمة وفي أطار نظام أجتماعي و أقتصادي معين.

أما وسائل الاتصال: انها الوسيلة التي يمكن بواسطتها توجيه الرسائل الى الجمهور ، وتوصيل الافكار والاراء والمعلومات في كل مكان يوجودون فيه (2)

فالتعريف الاجرائي تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة : هي الاليات والوسائط المتطورة التي يتبعها الافراد للتواصل والاتصال فيما بينهم كأن تكون اليات ووسائط مكتوبة او مسموعة او مسموعة مرئية (الرسائل والهاتف النقال الذكي والقنوات الفضائية والانترنيت).

2. الزواج:

الزواج كما يعرفه (وسترماك) عبارة عن : أتحاد طبيعي لايقوم على القوانين وحدها وانما يقوم على العواطف المتأصلة فأذا تلاشت هذه العواطف فلن تستطيع القوانين حماية الزواج من الاندثار .(3)

ويعرف الزواج ايضا بأنه : عبارة عن علاقة جنسية تقع بين شخصين مختلفين في الجنس يشرعها و يسوغ وجودها المجتمع وتستمر فترة طويلة من الزمن يستطيع خلالها الشخصان المتزوجان البالغان انجاب الاطفال و تربيتهم تربية اجتماعية و اخلاقية يقرها المجتمع و يعترف بوجودها و اهميتها.(4)

اما تعريفنا الاجرائي للزواج:

فهي عبارة عن رابطة اجتماعية تربط الرجل مع المرأة معترف بها قانونياً و اجتماعيا ،تهدف الى اشباع الرغبات الجنسية و انجاب الاولاد و تنشئتهم .

3. الاسرة:

لقد عرف (أوجبرن) الاسرة بأنها:نظام الاجتماعي المتكامل ليست الغريزة وحدها هي الدافع الاصلي لوجوده و انما قام هذا النظام و فقا لمتطابات الفعل الجمعي و قواعده.(5)

اما (برتراند) فقد عرف الاسرة بانها: جماعة اجتماعية مكونة من افراد ارتبطوا ببعضهم البعض برباط الزواج او الدم او التبني ،وهم غالبا يشتركون في عادات عامة و يتفاعلون بعضهم مع بعض وفقا للادوار الاجتماعية المحددة من قبل المجتمع.(6)

اذن تعريفنا الاجرائي للاسرة:

عبارة عن مجموعة من الافراد يعيشون تحت سقف واحد ،و يرتبطون بروابط الزواج والدم و التبني ،ولكل شخص دوره وواجباته يؤديه من اجل المساعدة في قيام بوظائفيها البايلوجية و النفسية و الاجتماعية و الاقتصادية.

4. تفكك الاسري:

يمكننا أن نعرف التفكك الأسري: بأنه فشل واحد أو أكثر من أعضاء الأسرة في القيام بواجباته نحوها، مما يؤدي إلى ضعف العلاقات وحدوث التوترات بين أفرادها، وهذا يفضي إلى انفرط عقدها وانحلالها.(7)

يشير مفهوم التفكك الاسري الى اختلال السلوك في الاسرة ، وانهيار الوحدة الاسرية وانحلال بناء الادوار الاجتماعية لافراد الاسرة جراء العوامل والاسباب المذكورة اعلاه (8).

تعريفنا الاجرائي لتفكك الاسري :

عبارة عن كافة اشكال التفكك المعهودة سواء كانت على شكل طلاق او انفصال، سجن ، وفاة ،هروب او مرض رب الاسرة ...الخ.

5. الطلاق:

عبارة عن فسخ عقد الزواج الذي وقعه كل من الرجل و المرأة قبل دخولهما العلاقات الزوجية وهذه العملية تساعد كل من طرفين لزواج مرة ثانية.(9)

و يعرف ايضا بانه : مرض اجتماعي خطير اي انه يعني تحطيم الزواج و العائلة و الروابط الاساسية للمجتمع ،و يكون ثمنا للزواج غير المرغوب .(10)

اذن تعريفنا الاجرائي للطلاق: عبارة عن فسخ عقد الزواج بين الرجل و المرأة و انهاء العلاقة الزوجية بينهما.

المبحث الثالث : الدراسات السابقة:

1. أيمان عبد الوهاب موسى، أثار الأجتماعية للطلاق، دراسة ميدانية لظاهرة الطلاق في مدينة موصل ، باشراف الدكتور حميد كردي الفلاحي ،1998.(11):

تهدف هذه الدراسة الى كشف عن اهم الاثار او المشاكل التي تترتب عن الطلاق في المطلقين و المطلقات من النواحي الاجتماعية و النفسية و الاقتصادية ،و تعرف على مدى التباين في الاثار التي يتركها الطلاق في كا من المطلقين و المطلقات،و كشف عن اثار التي يتركها الطلاق في كل من اولاد و اسر المطلقين و المجتمع.

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ،وقد استعانت الباحثة بكل من المناهج التاريخية و المقارن و الاحصائي و منهج المسح الاجتماعي،و استخدمت الباحثة اداة الاستبيان و المقابلة و الملاحظة لجمع المعلومات من عينة البحث و التي تكون مقدارها (120) وحدة من المطلقين و المطلقاتمن سكان مدينة الموصل ،ولقد امتدت فترة جمع المعلومات من (1997/11/1-1998/4/1) ، و استخدمت الباحثة (الوسط الحسابي – الانحراف المعياري – الوسيط – اختبار مربع كاي – (T-test) –ارتباط بيرسون)لوصف البيانات.

من اهم فرضيات البحث : يؤثر الطلاق في المطلقين و المطلقات من ناحية (تحديد نوع السكن – فرص اعادة زواج المطلق مرة اخرى – ومن ناحية الاجتماعية –النفسية – المالية) و يؤثر على (الاولاد –اسر المطلق) .

من اهم نتائج البحث: ان اغلبية المطلقين يعيشون مع اهل بعد الطلاق،غالبية المطلقين لم يتزوجوا مرة اخرى،نسبة كبيرة من المطلقين شعروا بالرضى بعد الطلاق ولم يشعروا بالعزلة و الاكتئاب،و لم يؤثر الطلاق على عملهم و بذلك لايعانون من مشاكل مالية.

2. خديجة علي الحراسيس ، مشكلة الطلاق في الاردن و دور المرأة فيها ، دراسة ميدانية لظاهرة الطلاق في مدينة عمان،1996.(12)

تهدف هذه الدراسة الى معرفة المتغيرات الاجتماعية و الاقتصادية التي تدفع المرأة لمبادرة في طلب الطلاق ،وكشف عن اهم اسباب وراء الطلاق..تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية ،وقد استعانت الباحثة الاحصائي و منهج المسح الاجتماعي، من اهم نتائج البحث: ان (62.2%) من الزوجات يبادرن الى طلب الطلاق،وان الزوجات ذوات الدخل المرتفع يبادرن بطلب الطلاق اكثر من غيرهن،وقد تحدث مبادرة الزوجة بطلب الطلاق بسبب عدم تفاهم مع الزوج،عدم التوافق النفسي بينهم .

الفصل الثاني : تكنلوجيا الاتصال الحديثة و التفكك الاسري

المبحث الاول : تكنلوجيا الاتصال الحديثة سماتها و خصائصها

تمهيد :

شهدت المجتمع البشري تطورات وثورات سريعة في مجال الاتصال مرورا بالثورة الاولى عندما استطاع الانسان ان يتكلم وصولا الى الثورة الخامسة التي بدأت من التصف الثاني في القرن العشرين وحتة يومنا هذا ، حيث عرفت من اشكال التكنولوجيا ما يتضاءل امامه كل ما تحقق في قرون سابقة.

هذه الثورة تجسدت في استخدام الاقمار الصناعية ونقل الانباء والبيانات والصور عبر دول القارات بطريقة فوورية، وبناء شبكات الالياف الصوتية تصل سرعة تدفق البيانات عبرها الى بليون نبضة في الثانية وهي سرعة تتيح نقل مائة الف صفحة لدائرة المعارف في ثانية واحدة ، واضافة الى ذلك تتيح ضخ سلع ثقافية من الاعلام مرئي ، افلام ، اغاني ، وموسيقى ، ان الفكرة الذهبية وراء تطور شق الاتصالات تكمن في استخدام التدفق الضوئي النقي ذي السعة العالية بدلا من التيار الكهربائي محدود السعة المعرض للتشويش والضوضاء والتصنت، مع المعدل الهائل في تبادل المعلومات الذي وفره الوسيط الضوئي .(13)

خصائص وسمات تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة

هناك سمات وخصائص مميزة لوسائل الاتصال الحديثة الراهنة باشكالها المختلفة وهي :

1- التفاعلية interactivity : وهي القدرة على تبادل الادوار بين مرسل الاتصالية و مستقبلها أذ يتحول من يتعامل مع وسائل الاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي الى مشارك متفاعل يرسل و يستقبل المعلومات في الوقت ذاته.

2- اللاجماهيرية DEMASSIFICATION: وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس درجة تحكم في نظام الاتصال بحيثً إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.(14)

3- التنوع : وتعني التنوع في علناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي اختيارات أكبر لتوظيف علملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودافعه لاتصال، وهذا التنوع أدى إلى ظهور ما يسمى بنظام الوكالة الإعلامية الذكية والوكيل الإعلامي الذي يقوم بناء عللى بارمج خاصة بمسح كافة الوسائل الإعلامية والمواقع بحثا علن المواد الإعلامية التي يختارها المتلقي وتقديمها في حزمة واحدة يتم علرضها في الوقت الذي يختاره والمكان الذي يتواجد فيه، ويلبي حاجاته المتعددة والمتجددة.

4- التكامل:Integration :تعني أن الفرد يمكن أن يختار ما ياره ً مطلوبا للتخزين بالبريد الالكتروني وذلك لأن النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب العرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خال وقت التعرض إلى شبكة الإنترنت ومواقعها المتعددة. (15)

5- قابلية التحريك أو الحركية MOBILITY هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل التليفون المحمول، تليفون السيارة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة .

6- تجاوز الحدود الثقافية :يطلق على شبكة الإنترنت أنها شبكة الشبكات، تلتقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتازيد كل علام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعلدادها وتطويرها، ومعها يتازيد علدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغارفية وتميز الاتصال بالعالمية Globalization وسقوط الحواجز الثقافية بين أطارف علملية الاتصال سواء أو الكونية عللى المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطارف، أو عللى المستوى الجماهيري والثقافي من خال مواقع القنوات التلفزيونية وصحف الشبكات التي أصبح يتعرض لها المايين من سكان القارات الست عللى الرغم من اختاف لغات البث والإذاعلة.

7- الفورية immediacy اي تجاوز وحدتي المكان والزمان : طبيعي أن يرتبط الاتازمن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التازمن بين عمليتي الإرسال والاستقبال ً شرطا ً ضروريا لها مثل البريد الالكتروني أو التعرض لمواقع المواد

الإعلامية مثل الصحف وبارمج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات والمؤتمارت فان التازمن يعتبر ً . ضروريا لاتصال وأن كان لا يتطلب وحدة المكان بين أطارف عملية الاتصالً شرطا .(16)

8- الاستغراق في علملية الاتصال : من الخصائص المميزة لاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظار لتوفر البنية الأساسية لاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في اطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية.(17)

9- الاحتكارية monopolistic : ان صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى وضمن الشركات متعدد ة الجنسيات ، ويؤدى هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية

10- قابلية التحول convertibility : وهي قدرة وسائل الاتصال الحديثة على نقل المعلومات من وسيط الى اخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة الى مطبوعة وبالعكس

11- الاقتصادية economical: اي ان تكنلوحيا الاتصال الحديثة هي ادوات فعالة لانجاز الكثير من المهام بتكلفة منخفضة ، فمثلا تكلفة رسالة البريد الالكتروني لا تذكر اذا ما قورنت بكلفة البريد العادي وكلفة الالكتروني اقل كلفة من مثيله العادي.(18)

المبحث الثاني : تفكك الاسري

(أنماط التفكك الأسري ، اسباب تفكك الاسري و اثارها)

يمكن تصنيف أنماط التفكك الأسري في ما يلي:

أ- التفكك الأسري الجزئي: الناتج عن حالات الانفصال والهجر المتقطع، حيث يعود الزوجان إلى الحياة الأسرية، غير أنها تبقى حياة مهددة من وقت لآخر بالهجر أو الانفصال.

ب- التفكك الأسري الكلي: الناتج عن الطلاق أوالوفاة أو الانتحار أو قتل أحد الزوجين أو كليهما.

وثمة تصنيف آخر للتفكك الأسري على النحو التالي:

أ- التفكك النفسي : الناتج عن حالات النزاع المستمر بين أفراد الأسرة وبخاصة الوالدين، فضلاً عن عدم احترام حقوق الآخرين والإدمان على المخدرات والكحول ولعب القمار.

ب- التفكك الاجتماعي: الناتج عن الهجر أو الطلاق أو وفاة أحد الوالدين أو كليهما أو الغياب طويل الأمد لأحد الوالدين.

كما يمكن تصنيف التفكك الأسري إلى نمطين هما:

أ- التفكك الاجتماعي: الناتج عن الانفصام أو النزاع بين أفراد الأسرة أو الصراع فيها.

ب- التفكك القانوني: الناتج عن انفصام الروابط الأسرية عن طريق الهجر أو الطلاق.

وثمة تصنيف رابع يحدد أنماط التفكك الأسري في التالي:

أ- الانحلال الأسري: الناتج عن الانفصال أو الهجر أو الطلاق أو غياب أحد الوالدين عن المنزل لفترة طويلة يوميًا.

ب- الأزمة الأسرية : الناتجة عن الغياب الاضطراري المؤقت أو الدائم لأحد الزوجين، بسبب الوفاة أو الكوارث (كالحرب والفيضانات...الخ) أو دخول السجن.

د- الخلافات الأسرية: التي تنشأ عن الفشل في أداء الدور نتيجة الأمراض العقلية أو النفسية، كالاضطرابات العقلية والنفسية والحالات الجسمية المزمنة والخطيرة لأحد أفراد الأسرة.

هـ- أسر "القوقعة الفارغة": حيث يعيش الأفراد في أسرة واحدة غير أنهم يفشلون في إقامة علاقات طيبة بينهم، وتبقى علاقاتهم العاطفية ضمن الحدود الدنيا.(19)

- اسباب تفكك الاسري:

1. عدم فهم كل من الزوجين لنفسية وطباع الآخر ، وكثرة الصراعات الزوجية التي تنجم عن عدم الانسجام النفسي بين الزوجين ،نتيجة عدم معرفتهم بالاختلافات الجسدية و العقلية و النفسية و الاجتماعية الموجودة بينهم ، كونهم مختلفين من حيث الجنس و التنشئة الاجتماعية التي تلقوها من عوائلهم.(20)

2. سوء اختيار شريك الحياة بسبب (السرعة في أختيار الشريك ،وجود بعض اعتبارات خاطئة يضعها الشاب او الشابة والتي لا تمت بحياة الزوجية بصلة كالبحث عن الغني او الحسب او الجمال الخارجي)، فضلا عن ذلك قد تكون سوء الاختيار شريك بسبب زواج الاكراه او زواج الاقارب او زواج المبكر .(21)

3. وجود اختلاف بين الزوجين من حيث (السن – المستوى التعليمي – المستوى الطبقي الاجتماعي و الاقتصادي) ، لان هذا الاختلاف قد يؤدي الى اختلاف بين الزوجين في افكار و معتقدات و سلوك و تصرفات و اتجاهات و قيم حتى التعامل مع الابناء و تنشئتهم.(22)

4. عدم التوافق الجنسي بين الزوجين والتي تكون مربطة بمسائل جنسية مثل (شدة الدافع الجنسي ، طريقة اشباع هذا الدافع ،و الثقافة الجنسية) قد تكون السبب الجوهري لنشوب المشاكل بين الزوجين .(23)

5. عدم قيام احد الزوجين او كلاهما بالادوار المطلوبة منهما مثل (الأب الحاضر الغائب ،وله صور متعددة من أهمها: رجل الأعمال الغارق في عمله، بحيث يصرف معظم الوقت في متابعة تجارته ليلاً ونهاراً، في لقاءات واجتماعات وسفريات وحفلات عامة وخاصة، والصورة الأخرى هي للزوج الذي ينشغل عن أسرته بأصدقائه وجلساته معهموبهذا لا يجد وقتاً لأسرته، فتبدأ الزوجة بالتذمر والاستياء من هذا الغياب.

والأم الحاضرة الغائبة: نأخذ منها الأم المنشغلة بعملها عن أسرتها، فلا يجد الزوج من زوجته العناية بشؤونه واحتياجاته، كما أن هناك صورة أخرى للأم المنشغلة عن مسؤولياتها الأسرية بكثرة لقاءات الصديقات، والخروج المستمر إلى الأسواق لحاجة ولغير حاجة.(24)

6. عمل المرأة و صراع الأدوار: ويقصد بصراع الأدوار التنافس بين الزوج والزوجة لأخذ كل منهما مكان الآخر، حيث تسعى المرأة إلى أن تكون هي ربان سفينة الأسرة و ذلك بعد ما ادت دخولها لمكان العمل الى شعورها باستقلال المادى و زيادة حريتها و احساسها بحقوقها .(25)

7. الوضع الاقتصادي للأسرة: كثيراً ما يكون للوضع الاقتصادي للأسرة دور كبير في تصدعها في كلا الطرفين، الغنى والفقر، وإن كان الثاني هو الأكثر . ففي حالة الغنى نجد بعض الأغنياء ينشغلون بالمال عن أسرهم، وفي حالة الفقر الذي لا يستطيع معه الأب توفير احتياجات أسرته ، فيعجز عن الاستجابة لمتطلباتها.(26)

8. تدخل الاهل و الاقارب في شؤون الزوجين و بالاخص في حال مشاركتهم السكن فيتخذ هذا التدخل اشكال مختلفة منها التدخل في انجاب الاطفال و تربيتهم و تدبير شؤون المنزل و تنظيم العلاقات ببقية افراد الاسرة و تدخل في شؤون المالية.(27)

9. كذلك العقم و الخيانة الزوجية و تناول المسكرات و ادمانها ،اصابة احد الزوجين بامراض العضوية و النفسية و العصبية.(28)

10. ثورة الاتصالات الحديثة: تعتبر وسائل الاتصال الحديثة سبباً من أسباب التفكك الأسري في المجتمعات المعاصرة، على الرغم مما يمكن أن يكون لها من إيجابيات، أهمها: تسهيل كثير من أمور الحياة وقضاء بعض أوقات الفراغ، إلا أن سلبياتها كثيرة كذلك، حيث أفرط الأفراد في التعامل معها، فبدلاً من أن يُقضى معها جزء من وقت الفراغ، أخذت كثيراً من أوقات الأفراد، مما يعيق قيامهم بمسؤولياتهم الأسرية . يضاف إلى ذلك المحتوى الضار الذي يقم في البرامج خصوصاً الفضائية منها، حيث أصبحت مرتعاً لكل من هب ودب دون رقيب أو رادع أو خلق أو نظام، فأصبحت الإثارة هي الهدف والغاية لجلب أكبر عدد ممكن من المشاهدين .والضحية هي الأسرة التي تنشب بينها الخلافات نتيجة التعلق بما يعرض، أو عدم القيام بالواجبات المطلوب من الفرد القيام بها.والإنترنت أو شبكة المعلومات العالمية أحدث وسائل الاتصال التي دخلت على الأسرة في الفترة الأخيرة، وهي وإن كان لها إيجابيات عديدة، إلا أن سلبياتها طغت على إيجابياتها من خلال عدم حسن تعامل أفراد الأسرة مع هذه الخدمة، خصوصاً كثير من الأزواج والأبناء، حيث ظهر ما عرف بإدمان الإنترنت،

حيث يقضي الكثير منهم جل وقته بعد العمل أو المدرسة أمام جهاز الحاسب مبحراً في عوالم هذه الشبكة. وفي السنوات الخمس الأخيرة قام عدد من الباحثين الأمريكيين بدراسات على مستخدمي الإنترنت كان من أبرز نتائجها تناقص التواصل الأسري بين أفراد الأسرة، تضاؤل شعور الفرد بالمساندة الاجتماعية من جانب المقربين له، وتناقص المؤشرات الدالة على التوافق النفسي والصحة النفسية؛ وهذا نتائج يتوقع أن ينتج عنها خلافات وتفكك داخل الأسر التي تعاني من إسراف بعض أفرادها في استخدام شبكة الإنترنت.(29)

- اثار التفكك الاسري:

للتفكك الأسري آثار يصعب حصرها، ولكننا سنحاول عرض أهمها، فمن ذلك:

1- آثار التفكك على الأفراد:

أول ضحايا التفكك الأسري هم أفراد تلك الأسرة المتفككة، فالزوج والزوجة يواجهان مشكلات كثيرة تترتب على تفكك أسرتهما، فيصابان بالإحباط وخيبة الأمل وهبوط في عوامل التوافق والصحة النفسية، وقد ينتج عن ذلك الإصابة بأحد الأمراض النفسية، كالقلق المرضي أو الاكتئاب أو الهستريا أو الوساوس أو المخاوف المرضية. وقد ينتج عن ذلك عدم القدرة على تكوين أسرة مرة أخرى، فينعزل الزوج أو الزوجة عن الحياة الاجتماعية، ويعيش حياة منطوية على الذات، سلبية التعامل،، لا تشارك الآخرين نشاطات الحياة المختلفة. وهذه ولا شك نتائج تعطل أعضاء من أفراد المجتمع كان يتوقع منهم القيام بأدوار إيجابية في نهضة المجتمع ورعاية صغاره بصورة إيجابية بناءة.(30)

والآثار الأكثر خطورة هي تلك المترتبة على أولاد الأسرة المتفككة، خصوصاً إن كانوا صغار السن . تنشأ لدى الطفل صراعات داخلية نتيجة لانهيار الحياة الأسرية، فيحمل هذا الطفل دوافع عدوانية تجاه الأبوين وباقي أفراد المجتمع تعرض

الطفل للاضطراب والقلق، نتيجة لعدم إدراكه الأهداف الكامنة وراء الصراع بين الوالدين أو أسباب محاولة استخدامه . من قبل والديه . في شن الهجوم على بعضهما البعض، واستخدامه كأداة لتحقيق النصر على الطرف الآخر.

يؤدي هذا الاضطراب في مرحلة الطفولة إلى اضطراب النمو الانفعالي والعقلي للطفل فيبرز للمجتمع فرداً بشخصية مهزوزة أو معتلة يعود بالضرر على المجتمع بأكمله ،و يعقد الطفل مقارنات مستمرة بين أسرته المتفككة والحياة الأسرية التي يعيشها باقي الأطفال، ما يولد لديه الشعور بالإحباط، وربما أكسبه اتجاهاً عدوانياً تجاه الجميع وبالأخص أطفال الأسر السليمة.

و لا يقتصر تأثير تفكك الأسرة على حرمان الطفل من الرعاية الأسرية الطبيعية بل قد يترتب عليه آثار سلوكية سيئة، كأن ينحرف الأطفال عن السلوك السوي و يشكلون خطرا على أنفسهم و مجتمعهم.(31)

2- اثار التفكك على المجتمع:

يسبب التفكك الأسري اختلالاً في كثير من القيم التي يسعى المجتمع لترسيخها في أذهان وسلوكيات أفراده، مثل الترابط والتراحم والتعاون والمسامحة ومساعدة المحتاج والوقوف معه في حالات الشدة، وغيرها من القيم الإيجابية المهمة في تماسك المجتمع واستمراره.يجمع المهتمون بأمور تنمية المجتمعات على أن للتفكك الأسري أثراً معيقاً في سبيل تحقيق أهداف التنمية، لأن التنمية تعتمد على وجود أسرة قائمة بوظائفها بشكل سليم تحقق الغرض من وجودها، وتنتج أفراداً إيجابيين قادرين على تحمل المسؤولية الملقاة عليهم بالمساهمة في رقي المجتمع وتطوره في كافة المجالات، ولكن إذا حدث تفكك للأسرة تشتت أفرادها، وانشغل كل منهم بمشكلاته الشخصية عن مسؤولياته الاجتماعية، وبدلاً من أن يكون رافداً منتجاً في المجتمع يصبح فرداً محبطاً يحتاج إلى جهود تبذل لمساعدته لتجاوز تلك المشكلات التي تواجهه، وكان بالإمكان صرف تلك الجهود في نواحي أخرى هي بحاجة لتلك الجهود.(32)

الفصل الثالث

المبحث الأول: الأطار المنهجي للدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية الذي يعتمد على جمع المعلومات والحقائق العلمية عن الظاهرة المدروسة وتحليل هذه البيانات وتفسيرها واستخلاص النتائج منها:

اولاً: منهج الدراسة:-

استعانت الباحثة في هذه الدراسة بمنهج العلمي لتفسير الظاهرة وهو (منهج المسح الأجتماعي).

- منهج المسح الأجتماعي:-

عبارة عن محاولة منظمة التي يتم فيها تطبيق خطوات المنهج العلمي تطبيقاً عملياً من حيث جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة او مشكلة اجتماعية او اوضاع اجتماعية معينة في منطقة جغرافية وبعد ذلك قيام بتفسير وتحليل وتصنيف هذه البيانات من اجل استفادة منها في المستقبل للأغراض علمية. (33)

واستفادت الباحثتان من هذا المنهج عند قيامه بجمع المعلومات والحقائق عن المجتمع الدراسية عن طريق العينة التي اختارها والتي تكون مطابقة لصفات وخصائص مجتمع الدراسة الا وهي (المطلق و المطلقة) وبعد ذلك قيام بتحليل وتفسير البيانات للوصول الى ما اذا كان (تكنلوجيا اتصال الحديثة) قد اثر بشكل او بآخر على أزدياد نسبة الطلاق بالمجتمع الكردى و تعرف على (أثر الطلاق على أفراد الاسرة) وذلك من خلال قيامه بأستخلاص النتائج بصورة علمية دقيقة وتعميمها على مجتمع الدراسة.

ثانياً: وسائل جمع المعلومات:-

لقد استعانت الباحثتان بعدة الوسائل من اجل جمع المعلومات والحقائق عن العينة:-

1. الأستمارة الأستبيانية:-

عبارة عن احدى الوسائل الهامة التي يعتمد عليها الباحث في الدراسات الأجتماعية من اجل حصول على المعلومات والحقائق عن مجتمع الدراسة من خلال العينة التي اختارها وذلك عن طريق الأستفادة من اجاباتهم على الأسئلة المطروحة في الأستمارة والتي تكون هدف من هذه الأسئلة هي وصول الى صحة الفرضيات التي وضعها الباحث.(34)

وهنا قامت الباحثتان بوضع عدة اسئلة متعلقة بموضوع الدراسة وقسمها على البيانات الأولية والبيانات المتعلقة لموضوع البحث ولقد شملت عدة محاور وبعدها قامتا بعرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين* في جامعة السليمانية بهدف وصول الى صدق الأستبيان واعتماداً على آرائهم حذفت الباحثتان عدة فقرات وقام بتعديل بعضاً منها وبذلك اصبح الأستمارة جاهزة وقد وزعها الباحثتان على الأفراد العينة.

2. المقابلة:-

عبارة عن لقاء مهني بين الباحث المبحوث من اجل وصول الى البيانات والحقائق عن موضوع الدراسة.(35)

واستخدمت الباحثة هذه الأداة عند قيامها بتوزيع الأستمارة على العينة وبالأخص على الفئة ذات مستوى الثقافي الادني وذلك من اجل توضيح الأسئلة المطروحة في الأستبيان وتسجيل الأجابات.

ثالثا:تحديد العينة:-

عبارة عن جزء من المجتمع الدراسة الذي تختارها الباحث من خلال معايير وطرق عملية سليمة دقيقة بشرط ان تكون مطابقاً لصفات خصائص مجتمع مدروس. (36)

لقد قامت الباحثتان بأختيار عينة من المطلقين و المطلقات في مدينة السليمانية بصورة (عينة طبقية غير تناسبية)، وعني بها تقسيم عناصر المجتمع الدراسة الى طبقات او فئات وفقاً لخاصية او متغير معين ومن ثم اخذ عدد متساوي في عناصر من كل طبقة او فئة من فئاته بغض النظر عن تفاوت بين حجوم هذه الطبقات والفئات.

وذلك لأن الباحثتان أخترن عينة ومقدارها (200) من المطلقين و المطلقات الموجودة في مدينة سليمانية من عدة أماكن منها (محكمة الاحوال الشخصية ، دائرة مكافحة العنف الاسري ، الاتحاد النسائي ، المدارس المسائية.

رابعا: مجالات الدراسة:-

1-مجال المكاني: انحصرت هذه الدراسة على مدينة السليمانية.

2-مجال البشري، شملت هذه الدراسة (100) مطلقة و (100) مطلق من عدة أماكن منها : (محكمة الأحوال الشخصية ، مديرية مكافحة العنف الاسري، المدارس المسائية).

3-مجال الزماني: امتدت هذه الدراسة من (2015/9/15-2015/11/15)

خامسا: وسائل احصائية:-

من اهم الوسائل الأحصاية المستخدمة في الدراسة هي: ((النسبة المئوية - مربع كاي))

خامسا : فرضيات الدراسة:

فرضية أساسية للدراسة : (وجود علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و تفكك الاسري / بحسب متغير الجنس).

فرضيات الفرعية للدراسة :

1. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث و هدم العلاقات الاسرية.
2. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث و أزدياد الفجوة بين الاجيال.
3. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث أغتراب الفرد داخل الاسرة.
4. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث عدم قيام الفرد بمهاراته الاجتماعية.
5. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث و ظهور المشاكل في الاسرة.
6. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث و توعية الجنسية لدى الفرد.

- المبحث الثاني: عرض البيانات

أولاً/ البيانات العامة:

جدول رقم (1)

			الاجابات

ت	الفقرات	الاختيارات	التكرارات	النسبة المأوية
1	الجنس	ذ كر	100	%50
		انثى	100	%50
2	العمر	16-20 سنة	8	%4
		21- 25 سنة	32	%16
		26-30 سنة	36	%18
		31-35 سنة	64	%32
		36 سنة فما فوق	60	%30
3	الخلفية الاجتماعية	الحضر	112	%56
		الريف	88	%44
4	مستوى التعليمي	متوسطة	76	%38
		أعدادية	64	%32
		معهد	32	%16
		كلية	28	%14
5	المهنة	عاطل عن العمل	16	%8
		طالب	64	%32
		موظف	76	%38
		أعمال حرة	44	%22
6	مستوى أقتصادي	يفيض عن الحاجة	32	%16

		في مستوى الحاجة	80	%40
		أقل من الحاجة	88	%44
7	وجود أطفال	لايوجد	44	%22
		يوجد	156	%78
8	نوع المنزل قبل الطلاق	تمليك	52	%26
		أيجار	72	%36
		انواع اخرى	76	%38
9	مدة حياة الزوجية قبل الطلاق	1-4 سنة	96	%48
		5-10 سنة	68	%34
		10 سنة فما فوق	36	%18
10	من منكم طلب الطلاق	الزوج	156	%58
		الزوجة	44	%42

ثانيا / البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة :

ا/ البيانات المتعلقة بأثر تكنلوجيا الاتصال الحديث على الطلاق:

جدول رقم (2)

حول ما أذا كانت العينة تستخدم تكنلوجيا أتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	200	%100
لا	0	%0
المجموع	200	%100

جدول رقم (3)

حول الكيفية التي تستخدم فيها العينة تكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
تستخدم بكثرة	80	%40
تستخدم أحيانا	96	%48
تستخدم بقلة	24	%12
المجموع	200	%100

جدول رقم (4)

حول أوقات التي تستخدم فيها العينة تكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
صباحا	44	%22
ظهرا	20	%10
عصرا	24	%12
مساء	20	%10

ليلا	40	%20
في كل أوقات	52	%26
المجموع	200	%100

جدول رقم (5)

حول أثر سلبي لأستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث على علاقات فرد بالاخرين

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	144	%72
لا	56	%28
المجموع	200	%100

جدول رقم (6)

حول أثر تكنلوجيا الأتصال الحديث على أزدياد الفجوة بين الآجيال

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	128	%64
لا	72	%36
المجموع	200	%100

جدول رقم (7)

حول أثر تكنلوجيا الأتصال الحديث على أغتراب الفرد داخل الاسرة

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	148	%74
لا	52	%26
المجموع	200	%100

جدول رقم (8)

حول أثر تكنلوجيا الأتصال الحديث على المهارات الاجتماعية لدى الفرد

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	144	%72
لا	56	%28
المجموع	200	%100

جدول رقم (9)

حول ما أذا سمحت العينة لاطفالها باستخدامهم لتكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	148	%74
لا	8	%4
المجموع	156	%78

جدول رقم (10)

حول ما أذا تقوم العينة بمراقبة الاطفالها عند استخدامهم لتكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	100	%50
لا	48	%24
المجموع	148	%74

جدول رقم (11)

حول جنس الاطفال أكثر أستخداما لتكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
ذكر	84	%42
أنثى	72	%36
المجموع	156	%78

جدول رقم (12)

حول مرحلة العمرية لاطفال أكثر أستخداما لتكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
الاطفال	92	%46
المراهقة	64	%32

المجموع	156	%78

جدول رقم (13)

حول أثر أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث على ظهور مشاكل في الاسرة

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	136	%68
لا	64	%32
المجموع	200	%100

جدول رقم (14)

حول اعتراف العينة بالحب عن طريق تكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	84	%42
لا	116	%58
المجموع	200	%100

جدول رقم (15)

حول اعتراف العينة بالزواج عن طريق تكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	44	%22

لا	156	%78
المجموع	200	%100

جدول رقم (16)

حول توعية الجنسية للعينة عن طريق تكنلوجيا الأتصال الحديث

الفقرات	التكرارات	النسبة المأوية
نعم	168	%84
لا	32	%16
المجموع	200	%100

ب/ البيانات المتعلقة بأثر الطلاق على أفراد الاسرة من حيث:

ت	البيانات	نعم		لا	
		التكرارات	النسبة المأوية	التكرارات	النسبة المأوية
1	أداء العمل	152	%76	48	%24
2	ظهور المشاكل الاقتصادية	128	%64	72	%36
3	رعاية و تربية الاولاد	132	%66	68	%34
4	الناحية النفسية للزوج و الزوجة	112	%56	88	%44
5	الناحية النفسية لاطفال	116	%58	40	%20
6	ظهور المشاكل عند أقارب الزوجين	176	%88	24	%12

7	علاقات الخارجية	140	%70	60	%30
8	تعليم الاولاد	96	%48	60	%30
9	ظهور الانحرافات سلوكية عند الاولاد	48	%24	108	%54
10	أنعدام الثقة عند المطلق لزواج مرة اخر	56	%28	144	%72

الفصل الرابع / نتائج الدراسة

المبحث الاول : تحليل فرضيات الدراسة:

1. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و هدم العلاقات الاسرية.

من نتائج اختبار (كا2) تبين ان (كا2) المستخرج (0.38) اصغر من قيمة (كا2) المجدول (3.84) عند مستوى الدلالة (0,05) ودرجة الحرية (1)، لذلك يمكن القول بأنه لايوجد فرق بين أجابات الذكور و الاناث حول أثر أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و هدم العلاقات الاسرية.

2. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و أزدياد الفجوة بين الاجيال.

بما ان (كا2) المستخرج والتي تساوي (0.34) أصغر من (كا2) المجدول والتي تساوي (3.84) عند مستوى الدلالة (0,05) ودرجة الحرية (1)، هذا يعني انه لايوجد فرق بين أجابات الذكور و الاناث حول أثر أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث وأزدياد الفجوة بين الاجيال .

3. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث أغتراب الفرد داخل الاسرة.

تبين من نتائج اختبار (كا2) بأن (كا2) المستخرج (2.64) أصغر من قيمة (كا2) المجدول (3.84) عند مستوى الدلالة (0,05) ودرجة الحرية (1)، وهذا يعني بأنه لايوجد فرق بين أجابات الذكور و الاناث حول أثر أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و أغتراب الفرد داخل الاسرة.

4. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث عدم قيام الفرد بمهاراته الاجتماعية.

إن (كا2) المستخرج يساوي (1.58) وأصغر من (كا2) المجدول (3.84) عند مستوى الدلالة (05ر0) ودرجة الحرية (1) هذا يعني انه لايوجد فرق بين أجابات الذكور و الاناث حول أثر أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث عدم قيام الفرد بمهاراته الاجتماعية.

5. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و ظهور المشاكل في الاسرة.

بما ان (كا2) المستخرج (0.82) اصغر من (كا2) المجدول (3.84) عند مستوى الدلالة (05ر0) ودرجة الحرية (1) هذا يعني انه لايوجد فرق بين أجابات الذكور و الاناث حول أثر أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و ظهور المشاكل في الاسرة.

6. يوجد علاقة طردية بين أستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و توعية الجنسية لدى الفرد.

تبين من نتائج اختبار (كا2) بأن (كا2) المستخرج (0.58) أصغر من (كا2) المجدول (3.84) عند مستوى الدلالة (05ر0) ودرجة الحرية (1). هذا يعني انه لايوجد فرق بين أجابات الذكور و الاناث حول أثرأستخدام تكنلوجيا أتصال الحديث و توعية الجنسية لدى الفرد

المبحث الثاني: نتائج و أستنتاج الدراسة:

أولا : نتائج الدراسة:

1- اتضح من نتائج جدول رقم (1) :

أ- ان اغلبية افراد العينة والتي تساوي (100) بنسبة (50%) مطلقات ، و(100) منهم بنسبة (50%) مطلقين.

ب- اتضح ان اغلبية افراد العينة عددهم (64) و بنسبة (32%) من عمر (31-35 سنة).

ت- وان (112) من أفراد العينة اي بنسبة (56%) تكون خلفيتهم اجتماعية من المناطق الحضرية.

ث- أتضح ان غالبية أفراد العينة و التي تكون عددهم (76) و بنسبة (38%) هم طالب أو خريجى متوسطة .

ج- ان (76) من افراد العينة والتي تساوي (38%) مهنتهم (موظف) و يشتغلون في مختلف الدوائر حكومية.

ح- وكذلك يتضح ان اغلبية أفراد العينة اي (88) منهم بنسبة (44%) يكون دخلهم الشهري اقل من الحاجة.

خ- ان (156) من أفراد العينة اي بنسبة (78%) يوجد لديهم أولاد.

د- ان نسبة كبيرة من الأفراد العينة والذي تساوي (76) وبنسبة (38%) قبل طلاق كانوا يعيشون أما مع أهل الزوج أو أهل زوجة.

ذ- حول مدة حياة الزوجية قبل الطلاق أغلبية أفراد العينة و عددهم (96) بنسبة (48%) قد عاشوا (1-4 سنة) .

ر- اتضح ان غالبية افراد العينة و عددهم (116) بنسبة (58%) ، الزوج هو الذي طلب الطلاق.

2- يتبين من نتائج جدول رقم (2) ان غالبية افراد العينة بنسبة (100%) والتي تعادل (200) يستخدمون تكنلوجيا أتصال الحديث .

3- ان غالبية افراد العينة اي (96) منهم بنسبة (48% والتي تظهر من نتائج جدول رقم (3) يستخدمون تكنلوجيا الأتصال الحديث أحيانا .

4-يتبين من نتائج جدول رقم (4) ان غالبية افراد العينة (52) منهم وبنسبة (26%) يستخدمون تكنلوجيا الأتصال الحديث في كل أوقات .

5- من جدول رقم (5) يتبين ان غالبية أفراد العينة بنسبة (72%) اي (104) منهم يؤكدون على ان لأستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث أثر سلبي على علاقات فرد بالاخرين داخل الاسرة.

6- من نتائج جدول رقم (6) يتبين ان (128) من أفراد العينة اي بنسبة (64%) يؤكدون على ان ل تكنلوجيا الأتصال الحديث أثر كبير على أزدياد الفجوة بين الآجيال .

7- ان غالبية افراد العينة والتي تساوي (148) وبنسبة (74%) يؤكدون على ان أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث أدت الى أغتراب الفرد داخل الاسرة .

8- من نتائج جدول رقم (8) تظهر ان غالبية افراد العينة اي (144) منهم التي تساوي (72%) يؤكدون على ان أستخدامهم

لتكنلوجيا الأتصال الحديث قد أثرت بشكل سلبي على أدائهم لمهاراتهم الاجتماعية .

9- من خلال جدول رقم (9) تظهر ان غالبية افراد العينة بنسبة (74%) اي (148) منهم يسمحون لاطفالهم باستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث .

10- من نتائج جدول رقم (10) يتبين ان أغلبية الأفراد العينة يقدر (50%) اي (100) منهم يؤكدون على انهم يقومون بمراقبة اطفالهم عند استخدامهم لتكنلوجيا الأتصال الحديث

11- حول جنس الاطفال أكثر أستخداما لتكنلوجيا الأتصال الحديث يتضح من نتائج جدول رقم (11) ان نسبة كبيرة من أفراد العينة بنسبة (84) اي (42%) منهم يؤكدون على ان (ذكر) هو جنس الاكثر استخداما.

12 - حول مرحلة العمرية لاطفال أكثر أستخداما لتكنلوجيا الأتصال الحديث يتضح من نتائج جدول رقم (12) ان نسبة كبيرة من افراد العينة بنسبة (46%) اى (92) منهم يؤكدون على ان طفل هو اكثر استخداما و لكن يمكن ان ترجع ذلك الى كونهم لديهم اولاد في سن طفولة اكثر من مراهقة.

13- ان اغلبية افراد العينةوالتي تظهرها نتائج جدول رقم (13) او بنسبة (68%) اي (136) منهم قد اجابوا بأن أستخدام تكنلوجيا الأتصال الحديث قد أدت الى ظهور على ظهور مشاكل في الاسرة .

14- يتبين من نتائج جدول رقم (14) ان نسبة كبيرة من افراد العينة بقدر (116) اي ما تساوي (58%) يؤكدون على انهم لا يعترفون بالحب عن طريق تكنلوجيا الأتصال الحديث .

15 - يتضح من نتائج جدول رقم (15) بأن اكبر عدد من أفراد العينة بنسبة (78%) اي (156) منهم قد اجابوا بأنهم لا يعترفون بالزواج عن طريق تكنلوجيا الأتصال الحديث.

16-- يتبين من نتائج جدول رقم (16) ان نسبة كبيرة من افراد العينة بقدر (168) اي ما تساوي (84%) يؤكدون على ان لديهم التوعية الجنسية والتى حصلوا عليها من خلال استخدامهم لتكنلوجيا الأتصال الحديث.

17- اكدت نتائج جدول رقم (16) :

أ- أن (76%) من افراد العينة والتى تساوي (152) فردا اكدوا بان الطلاق قد أثرت سلبا على أدائهم لاعمالهم.

ب- وان (132) من افراد العينة والتى تساوي (64%) يؤكدون على ان طلاق تسببت بظهور مشاكل أقتصادية لديهم.

ت- (132) من افراد العينة والتى تساوي (64%) يؤكدون على ان طلاق قد أثرت على رعاية و تربية الاولاد.

ث- وتظهر أيضا ان نسبة (56%) من أفراد العينة و التي تساوي (112) منهم يؤكدون على تأثير الطلاق على نفسيتهم ، كذلك (58%) أي (116) منهم يؤكدون على تأثير الطلاق على نفسية ابنائهم.

ج- (176) من أفراد العينة أى بنسبة (88%) يؤكدون ظهور المشاكل عند أقارب الزوجين بسبب الطلاق.

ح- يتبين أيضا أن طلاق أثرت على علاقات الخارجية لكلا الزوجين بعد طلاق و ذلك بسبب أجوبة غالبيتهم والتي تساوي (140) من أفراد العينة اي بنسبة (70%).

خ- وأن نسبة (48%) اي (96) من أفراد العينة قد أكدوا على أن طلاق أثرت على تعليم أولادهم.

د- وتظهر أيضا ان نسبة (54%) من أفراد العينة و التي تساوي (108) منهم يؤكدون على تأثير الطلاق في ظهور الانحرافات سلوكية لدى اولاد هم .

ذ- وأن نسبة (72%) اي (144) من أفراد العينة قد أكدوا على أن طلاق أثرت على أنعدام الثقة لديهم لزواجهم مرة اخرى.

أستنتاج الدراسة:

من خلال هذه الدراسة توصلنا الى ان غالبية أفراد العينة مستواهم التعليمي متدني و هذا مايؤكد بان هناك علاقة عكسية بين مستوى تعليمى و نسبة الطلاق فكلما أرتفع المستوى التعليمي للزوج و الزوجة كلما يكونان على مستوى وعى بكيفية أختيار الزوج المناسب و كيفية تحمل مسؤلية البيت و الاسرة و الاطفال ، و لديهم قدرة و قابلية موجهة مشاكل الحياة و تفادي تأثيرها على هدم الاسرة ، و أيضا يكون لديهم قدرة على منع الاهل و الاقارب لتدخل في شؤون حياتهم لان الثقافة التي يتمتع بها الفرد تؤثر على أفكاره ة أتجاهاته و سلوكه و تصرفاته حتى نمط عيشه و أسلوب حياته و كذلك علاقته بالاخرين .

صحيح أن غالبية أفراد العينة موظف لدى الدوائر الحكومية لكن كما تبين أن مستواهم التعليمي متدني و هذا مأدت الى انهم يشتغلون بمراكز متدنية و يكون لديهم راتب قليل و لذلك فأغلبية أفراد العينة مستواهم الاقتصادي أقل من الحاجة ، و للعامل الاقتصادي أثر كبير و مباشر على أستقامة الحياة الزوجية ، حيث أن الزوج العاجز أقتصاديا يجد نفسه معوقا أمام تلبية طلبات الاسرة و بالاخص في هذا الزمن زمن الفضائيات و الانترنيت التي أدى الى ازدياد متطلبات و احتياجات و تنويعها بحيث لايستطيع رب الاسرة توفير كل هذه المستلزمات التي كانت في الماضي تعتبر حاجات ثانوية و غير مهمة للعيش ولكن الان أصبحت كبرى المشاكل و المواقف التي يتنازع عليها أفراد الاسرة.

كون اغلبية أفراد العينة مستواهم الاقتصادي أقل من الحاجة يمكن أن تكون هذا أحدى أسباب وراء عيش الاسرة مع أهل و أقارب قبل الطلاق و "العيش الزوجين مع أهل و أقارب" تحت ثقف واحد يعني تقيد العلاقة بين زوجين ، عدم أتاحتهم الفرصة للتمتع بالحياة الزوجية ، عدم وجود حرية للسلوك و التصرف و القرار بشأن تدبير شؤون المنزل و تربية الاولاد ، عدم وجود حوار ودى رومانسي بين الزوجين الذي يؤدي بدورها الى تقاربهم مع بعض و مع الاولاد وهذا بدوره تؤثر تأثيرا بالغا على ظهور خلافات التي تكون أساس أنهيار الاسرة و تفككها.

من خلال هذه الدراسة تبين أن كل أفراد العينة تستخدمون تكنلوجيا أتصال حديث هذا يعني أن مجتمع الكردى كأي مجتمع أخر فتحت أبوابها أمام هذه الثورة تكنلوجية التي أحتلت العالم و صبح باستطاعتنا الآن فتح هذه النوافد لنرى مباشرة بعيوننا ونسمع بأذاننا ، ولكن مما لاشك أن أي عملية للتغيير بما فيها دخول التكنلوجيا الحديثة في حياتنا تحتاج

الى نضوج ثقافي وقابلية على أستيعاب أبعادها وتداعياتها لدى كل إنسان . وفي حال عدم نضوج ثقافة تتقبل التغييرأوغياب هذه الثقافة أصلاً تجعل الأنسان في حالة توجس لكل ما هو جديد يحدث في العالم، فيبدأ بالنظر الى سلبياته ويبحث في مخاطره، ويغوص في اوهامه وتصوراته من دون كللل أو ملل .

وتؤكد غالبية أفراد العينة أن لتكنولوجيا أتصال حديثة أثرسلبي على علاقات الاسرية فمثلا لو قارنا الأسرة القديمة والحديثة، فنجد عند الأسرة القديمة التي كانت تعتمد في تأثيثها على أثاث تقليدي أما عند الأسرة الحديثة التي تعتمد على تأثيثها بأحدث التكنولوجيات الرقمية، كما يلفت الفرق الموجود بينها، إذ تتميز الأسرة القديمة بنوع من الدفء وحنان ، على غرار الأسرة الحديثة التي تتميز بنوع من الجفاء، إذ حلت الأجهزة التكنولوجية محل العلاقة الاسرية الدافئة و أصبح التلفزيون هو الحاكي و هو الذي يسرق الكلام من كل أفراد العائلة ، وأصبح بمعدل جوال لكل فرد، لصيق به لا يفارقه في حله وترحاله،وذلك لنسج علاقات جديدة خارج المحيط العائلي ، وهكذا عملت تكنلوجيا أتصال الحديث على تقريب المتباعدين و ابعاد المتقاربين عن بعضهم البعض ، و بذلك أصبحت هذه التكنولوجيا لا تهدد التواصل في الأسرة فحسب، وإنما تهدد العلاقات الاجتماعية أيضا.

كان شكل العلاقات الإجتماعية ثابتاً أصيلا في تماسك المجتمع او إختلاله ، على عكس دورها الذي كان متوقعاً في المحافظة على تعزيز علاقات أجتماعية وقيمها ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على تعميق الفجوة بين افراد الاسرة الواحدة كما أكدت غالبية أفرد العينة أن تكنلوجيا أتصال حديث أدت الى توسيع فجوة بين ألاباء و الابناء ، حيث يلجأ مستخدموها إلى الانطواء والعزلة. التقنية الجديدة ممثلة بمواقع التواصل الاجتماعي فرضت شكلاً جديداً للصراع بين الأجيال، بين جيل يبحث عن المعلومة في أي مكان وجيل يخشى ما يجهله، ومع انتشار التقنيات الحديثة ودخول الشباب عالم الإنترنت والهواتف المحمولة التي أسقطت كل الحواجز أصبح الأمر أكثر تعقيداً. في العصر الحديث وازدياد الاقبال على مواقع التواصل الاجتماعي ، استبدل الأبناء آباءهم بالإنترنت كمصدر للمعلومات وفقدوا معه الترابط الأسري والتصقوا بالحوار مع غرباء في الفضاء الواسع ، بينما يحذر علماء النفس من انتقال الجزء الأكبر من أنواع

الحوار والمحادثات إلى شبكات الإنترنت والهواتف النقالة والألعاب الإلكترونية. هذا الامر فتح الباب أمام أنماط من التواصل الافتراضي بين أفراد الأسرة الواحدة مما ساهم في توسيع الفجوة والصراع بين جيلي الآباء والأبناء .

تبين من نتائج الدراسة ن غالبية أفراد الاسرة يؤكدون بان تكنلوجيا أتصال حديث قد أثرت على أغتراب الفرد ويتضمن هذا أحساس بأنفصال عن الذات و تسير الحياة دون هدف أو تخطيط له وهو نمط من الخبرة يرى فرد نفسه مغتربا أي يرى فرد نفسه غريبا و لايستطيع تحكم بأفعاله و يكون سلبيا و يشعر بأنه لامعنى لحياته وكل ذلك يؤدي بدوره الى ظهور مشاكل بين الزوج و الزوجة لان كل واحد منهم يعيش في عالم خاص به و بذلك تظهر البوادر الاولى لانهيار بناء الاسرة.

و أيضا عدم قدرة الفرد لقيام بوظائفه و أدواره و واجباته ،كذلك عدم قيامه بمهاراته أجتماعية كل ذلك يؤدي الى هدم العلاقة الزوجية بينهم وهذا ما أكدته غالبية افراد العينة.

وأيضا من نتائج الدراسة تبين أن غالبية أفراد العينة لايعترفون بالحب أو الزواج عن طريق تكنلوجيا أتصال حديث ، و كذلك كثير من أفراد العينة لديهم توعية جنسية و بذلك يمكن ان تكون احدى اسباب طلاق .

كما تبين من نتائج الدراسة أن طلاق بدوره قد اثرت بصورة سلبية على قيام الفرد بأداء عمله ، و كذلك تؤثر سلبا على ناحية أقتصادية لكل من الزوج و الزوجة ، فمثلا الزوج لابد ان يلتزم بأعطاء النفقة للزوج و الاطفال ، ويدفع ضداق المعروف بالمهر المؤجل و أذا تزوج مرة أخرى لابد ان يدعم أسرتين ماليا ، و في حال المطلقة يكون حال أسوء خاصة أذا كان المرأة غير عاملة و لاتوجد عندها دخل يعيش عليها ، و كذلك تبين أن الطلاق تؤثر على نفسية كل من الزوج و الزوجة و اولاد و بالاخص الزوجة خاصة في مجتمعنا حيث تكون هي الضحية الاولى بسبب نظرة المجتمع و تعامل عادات و التقاليد مع المرأة المطلقة و كثرة المشاكل التي تعاني منها . حتى أن طلاق تؤثر على نظرتهم للزواج مرة أخرى

<u>التوصيات و المقترحات:</u>

أ- المقترحات:

1. يقترح الباحثة أجراء عديد من بحوث و دراسات مستقلة عن تأثير كل نوع من أنواع تكنلوجيا أتصال حديث على تفكك الاسري.
2. أجراء دراسات مستقلة عن أثر تكنلوجيا أتصال حديث على أنواع تفكك الاسري .
3. أجراء دراسات مستقلة عن كل اثر من اثار طلاق على كل من الزوج و الزوجة و الاولاد.

ب- التوصيات:

نظرا لما تبين من أرتفاع معدلات الطلاق في سنوات الاخيرة لذلك توصي الباحثة :

1. أهمية أعداد سليم لحياة الزوجية عن طريق تطبيق فحص طبي و أنشاء مكاتب لاستشارة الزوجية من أجل توعية الشباب بعدم زواج في سن مبكرة و اطالة مدة الخطوبة و تسجيل الزواج في دائرة احوال شخصية.
2. توعية أفراد المجتمع بكيفية تعامل مع تكنلوجيا اتصال حديث بصورة ايجابية و جعلها جسر لتوصيل افراد الاسرة بعضهم مع بعض و تقوية علاقات اجتماعية بينهم.
3. توعية افراد المجتمع بخطورة طلاق و اثره على جميع افراد الاسرة.
4. ظرورة تدعيم دور الباحثة الاجتماعية في محمكمة احوال الشخصية من اجل مصالحة الزوج و الزوج.

المصادر:

1. حسن رضا النجار ، تكنولوجيا الاتصال المفهوم والتطور (مؤتمر تكنولوجيا جديد .. لعام جديد ، مؤتمر جامعة البحرين ،2009) ص495.
2. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية (القاهرة: دار الشؤون ، 1989) ص385.
3. فوزي غرابية واخرون، اساليب البخث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية، عمان، دار وائل للنشر ، ط3، 2002، ص25.
4. مليحة عوني القصير، أصل العائلة،مطبعة ودار التضامن،بغداد، ط1، 1964 ،ص11.

5. دينكن ميشيل،معجم علم الاجتماع،ترجمة: احسان محمد الحسن ،دار الحرية للطباعة و النشر،بغداد ،ط1 ، 1980 ،ص115.

6. أحمد محمد السمنهوري،الخدمة الاجتماعية في مجال الاسرة و الطفولة،مكتبة المعارف الحديثة،شارع تاج الرؤساء ،ط1، 1994،ص31.

7. محمد كامل النحاس ، الخدمة الاجتماعية و رعاية الاسرة و الطفولة،مطبعة السعادة ، القاهرة ، ط1، 1976، ص12.

8. محمود حسن،الاسرة و مشكلاتها ،دار النهضة العربية،بيروت ،بدون سنة طبع،ص195.

9. علياء شكري ، الأتجاهات المعاصرة في دراسة الأسرة ، دار المعارف ، القاهرة ، طبعة أولى ، 1981،ص 229.

10. عائدة سالم الجنابي،المتغيرات الاجتماعية و الثقافية لظاهرة الطلاق،دار الحرية للطباعة و النشر ،بغداد،1983،ص16.

11. أيمان عبد الوهاب موسى، أثار الأجتماعية للطلاق، دراسة ميدانية لظاهرة الطلاق في مدينة موصل، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية أداب، جامعة موصل، موصل، 1998.

12. خديجة علي الحراسيس ، مشكلة الطلاق في الاردن و دور المرأة فيها ، دراسة ميدانية لظاهرة الطلاق في مدينة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة في علم الاجتماع ،جامعة الاردنية، 1996.

13. بيل علي، الثقافة العربية وعصر المعلومات ، سلسلة عالم المعرفة ، دبي ، 2001 ، العدد276، ص 27.

14. نسرين حسونة، الاعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، ص8 بحث منشور على الانترنت، www.alukah.net

15. خالد منصر ، علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي، رسالة غير منشورة ،مقدمة الى جامعة الحاج لخضر – باتنة، العلوم الانسانية– علوم الاعلام والاتصال، ص53 وما بعده.

16. عزيزة عبدالرحمن العتيبي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على اداء الموارد البشرية، رسالة غير منشورة قدمت الى الاكاديمية العربية البريطانية للدراسات العليا ، 2010، ص29 وما بعده.

17. شطاح محمد ، واخرون، القنوات الفضائية وتاثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري(عين ملية: دار الهدى ، 2002)ص 100.

18. سناء الخولي ،الزواج و الاسرة في عالم متغير،دار المعرفة الجامعية،اسكندرية،بدون سنة طبع،ص362.

19. محمد ضيف الله البطانية، الحياة الأجتماعية في صدر الأسلام، دار الكندي للنشر والتوزيع مع دار طارق للنشر والتوزيع، الأردن-اريدو عمان، طبعة اولى، 1997، ص 48-55.

20. عائدة سالم الجنابي،المصدر السابق ،1983،ص210.

21. معن خليل عمر ،علم اجتماع الأسرة،دار الشروق للنشر و التوزيع،عمان،طبعة أولى،218،2004-219.

22. ايمن مزاهرة واخرون ، علم اجتماع الصحة ، دار اليازوري للنشر و التوزيع ،عمان ، طبعة اولى ، 2002، ص123.

23. نسيم الخوري، الزواج (مقاربة نفسية و اجتماعية) ،دار المنهل اللبناني،بيروت،ط1، 2008،ص246.

24. عبد الرؤوف الضبع،علم الاجتماع العائلي،دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر ،الاسكندرية،ط1، 2003،ص140-141.

25. عبد الفتاح عثمان،المدارس المعاصرة في خدمة الفرد،مكتبة الانجلو المصرية،القاهرة،ط1، 1979،ص22

26. عايدة أحمد رواجية ، الحياة الزوجية سعيدة ، مكتب الثقافية ، بيروت ، طبعة الثانية ، 2003،ص130.

27. محمود محمد الدسوقي ، الدراسات تطبيقية في مجالات خدمة الفرد ،مكتب جامعي الحديث ، أسكندرية ، طبعة أولى ، 2008 ، ص 20 – 23.

28. محمد عبد الفتاح محمد ،ظواهر و مشكلات الاسرة و الطفولة المعاصرة (من منظور الخدمة الاجتماعية) ،مكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ط1، 2009، ص90-92.

29. جبارة عطية جبارة ،المشكلات الاجتماعية و التربوية (تشخيص و وقاية و علاج) ،دار المعرفة الجامعية ،الاسكندرية،ط1، 1986،ص157.

30. باسم محمد ولي و محمد جاسم محمد،المدخل الى علم النفس التربوي،دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، طبعة أولى، 2004، ص494-500.

31. صالح خليل الصقور،اثار التفكك الاجتماعي على النظام الاجتماعي العام،دار الزهران،عمان،ط1، 2003،ص18-20.

32. ذكي،جمال و السيد يسن،أسس البحث الأجتماعي،دار المعرفة الجامعية،أسكندرية،طبعة أولى ،1983،ص42.

33. أبراهيم،عبد الوهاب، أسس البحث الأجتماعي،مكتبة نهضة الشرق،بدون عدد الطبعة ،1985،ص86.

*1- د.حكيم عثمان حميد

2- د .ئيبراهيم سةعيد

3- د رِيَبةر طؤران مستةفا

4- د.هيمن مجيد حسن

34. ذكي،جمال و السيد يسن،أسس البحث الأجتماعي،دار المعرفة الجامعية،أسكندرية،طبعة أولى ،1983،ص42.

35. أبراهيم،عبد الوهاب، أسس البحث الأجتماعي،مكتبة نهضة الشرق،بدون عدد الطبعة ،1985،ص86.

36. بوهزيم ،صابر ، خطوات البحث الأجتماعي، دار الآفاق الجديدة، بيروت، الطبعة الأولى، 2000، ص72

الثورة الرقمية وانعكاساتها على مستقبل الصحف الورقية الأردنية

د. ماجد نعمان الخضري

قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال/ جامعة جدارا – الأردن

الملخص

تواجه الصحافة الورقية في الأردن تحديات عدة على ضوء انتشار وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع والصحف الإليكترونية.

ويشهد الأردن تراجعاً ملحوظاً في انتشار الصحف الورقية منذ عام 2008م عندما أغلقت ما يزيد عن ثلاثين صحيفة أسبوعية أبوابها لأنها لم تعد قادرة على الاستمرار أمام انتشار الصحف الإليكترونية ومنافسة الإعلام البديل.

وانخفض عدد الصحف الورقية الأسبوعية إلى خمسة بعد أن وصل عددها إلى أربعين صحيفة عام 1998م حسب إحصائيات دائرة المطبوعات والنشر (1)،إذ تحولت العديد من تلك الصحف إلى صحف الكترونية وأغلقت البقية أبوابها في حين أن الصحف اليومية التي كانت لعهد قريب هي وسائل الإعلام الرئيسة في الأردن باتت بين الحياة والموت بسبب تدني مبيعات النسخ الورقية.

وأعلنت صحيفة العرب اليوم في 1-6-2014م توقف صدور نسختها الورقية بعد أن منيت بخسائر كبيرة بسبب انحسار عدد قراء النسخة الورقية (2)، في حين أن صحيفة الدستور وهي أقدم صحيفة يومية في الأردن أعلنت هي الأخرى عدم قدرتها على الاستمرار دون الدعم الحكومي حيث طلبت إدارة الصحيفة في بيان رسمي نشر على صدر صفحتها الأولى بدعم الحكومة لها للبقاء على قيد

الحياة (3)، في حين أن صحيفة الرأي شبه الحكومية والتي يمتلك الضمان الاجتماعي (67%) من رأس مالها استطاعت تجاوز الأزمة ولو مرحلياً ولكن أوقفت زيادات الموظفين المالية عام 2014م، وما زالت الصحف اليومية الأخرى في الأردن تعاني من أزمات مالية وهي صحف الديار والأنباط والسبيل وصدى الشعب.

وحسب إحصائيات غير رسمية فإن عدد النسخ المطبوعة من الصحف اليومية قد انخفض بشكل ملموس ففي حين كانت صحيفة الرأي والتي تعتبر الأولى من حيث عدد النسخ المطبوعة تطبع في عام 1990م مئة ألف نسخة فإنها اليوم تطبع بحدود 35 ألف نسخة حسب ما أفاد به رئيس تحرير صحفية الرأي السابق سمير الحياري خلال مقابلة خاصة (4)، مما يعني أن هناك تراجعا واضحا في عدد القراء الذين يطالعون الصحيفة الورقية.

وقد احتل موقع الصحيفة الاليكتروني الترتيب الخمسين حسب إحصائية يوم 27-9-2014م بحسب موقع الكسا(5)، وموقع الكسا موقع عالمي يقوم بترتيب المواقع الالكترونية حسب عدد القراء وحسب ذات الموقع فانه لم يظهر في أول خمسين موقعا الإليكتروني هي الأكثر قراءة في الأردن سوى موقع صحيفة الرأي حيث تقدمت مواقع الإليكترونية حديثة النشأة على مواقع الصحف الالكترونية التقليدية مما يدل على أن الإعلام الجديد بات يتقدم على الإعلام التقليدي عموماً والصحف الورقية خصوصاً و رغم المحاولات العديدة للحصول على قائمة رسمية بكميات الصحف الموزعة في الأردن إلا أن الصحف ما زالت ترفض الإفصاح عن الأعداد التي تطبعها يومياً وربما يتعلق ذلك بسياسة الصحف وعلاقتها بالمعلنين.

فمستقبل الصحف الورقية بات مهدداً في وجودها في ضوء الاستخدام المتزايد للانترنت خاصة في دولة مثل الأردن التي تعد الخامسة عربياً في استخدام الانترنت(6)، فالصحافة الإلكترونية انتشرت

بصورة واسعة، وصعدت سلم النجاح بسرعة بتوفيرها الخبر على مدار الساعة وبربطها كافة أرجاء الكون لحظياً وهروبها من الرقابة الحكومية المفروضة على الصحف الورقية.

وإن كانت قد بدأت الشبكة العنكبوتية التي تعني الطرق السيارة لتبادل المعلومات كمشروع أمريكي قامت به مؤسسة ARPA للأبحاث المتقدمة لصالح الحكومة الأميركية سنة 1969، وكان هدفها آنذاك بناء شبكة للوقاية وحفظ المعلومات في حالة نشوء حرب نووية بمد جسورها بين مجموعة من الحواسيب ثم امتدت لتشمل أكثر من عشر جامعات أميركية إلا أنها قد أصبحت مكوناً رئيساً من حياة البشر اليوم.

فالصحافة الإليكترونية لا تقتصر على شريحة معينة حال الصحافة الورقية، والصحافة الإلكترونية يصعب مراقبتها وهي أداة من الأدوات التي ساهمت في تعزز دور المواطن في المشاركة في صنع القرار، وفي المشاركة السياسة والديمقراطية (7).

كما ساهمت سرعة حصول المتلقي على المعلومة في زيادة عدد قراء الصحف الالكترونية، حيث يستطيع القارئ أن يعبر عن رأيه ويكتب وينشر تعليقه بسرعة ويبني علاقات قوية مع أفراد المجتمع، في حين أنه لا يستطيع التعليق على الصحافة الورقية أو التفاعل معها.

ويستطيع المواطن في الصحافة الإليكترونية أن يشارك في صناعة الخبر الذي يحدث في مجتمعة، إضافة أو تعديلاً، ويتعزز لديه ولدى مجتمعه مفهوم المشاركة والمتابعة، فالصحافة الإلكترونية شاركت ومنذ نشأتها بتعزيز ثقافة المجتمع وزادت من الشريحة المثقفة والشريحة الكاتبة.

<u>الثورة الرقمية وانعكاساتها على مستقبل الصحف الورقية الأردنية</u>

د. ماجد نعمان الخضري

قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال/ جامعة جدارا – الأردن

مقدمة :

يتناول البحث مراحل تطور وسائل الإعلام في الأردن، وطبيعة الدور الذي أدته منذ تأسيس إمارة شرق الأردن تحت الانتداب البريطاني عام 1921م عموماً، والصحافة الورقية خصوصاً.

وتبين الدراسة أسباب تراجع وسائل الإعلام التقليدية والصحف الورقية مقابل الانتشار الكثيف لوسائل الإعلام الإليكترونية وملامح مستقبل الصحف الورقية في الأردن.

وقد شخصت لجنة التوجيه الوطني والإعلام أزمة الإعلام الورقي في الأردن من خلال بيان صدر بتاريخ 5-4-2015م وناقش أزمة الصحف اليومية والأسبوعية واعتبر البيان أن الصحافة الورقية اليومية في الأردن تواجه "أزمة عميقة" تتمثل بتحديات مالية وإدارية وتسويقية وتشغيلية، انعكست سلباً على كوادرها الصحفية والإعلامية والإدارية والفنية، وأثرت بالتالي على منتجها الإعلامي ورسالتها، منذرة بمستقبل مجهول وتحد لاستمرارية صدورها(8).

أولاً– مشكلة الدراسة وأهمية البحث:

وبناءً على المعطيات السابقة فإن مشكلة الدراسة تتلخص "**بالوقوف على طبيعة انعكاسات الثورة الرقمية على مستقبل الصحافة الورقية في الأردن، ومدى انتقال قرائها إلى مستخدمين للمواقع والصحف الإليكترونية ؟ وإلى أي حد تستطيع الصحف الورقية الأردنية الاستمرار والتكيف في ظل البيئة التقنية المعاصرة ومنافسة الإعلام الإليكتروني؟**".

وتتبع **أهمية الدراسة** من اعتبارات عدة أبرزها:

1- ندرة الدراسات التي تُعنى بانعكاسات الإعلام الإليكتروني على مستقبل الصحف الورقية في المنطقة العربية عموماً والأردن خصوصاً.

2- ازدياد اعتماد المجتمع الأردني على الإعلام الإليكتروني مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

3- ما يمكن أن تقدمه الدراسة من إثراء للتراث النظري لأهم المراحل الزمنية التي مر بها الإعلام الأردني مما يشكل مدخلاً نظرياً مفيداً لطلبة الإعلام والباحثين في هذا المجال.

4- إمكانية مساهمة الدراسة في تقديم إضافة نظرية بخصوص إثراء الظاهرة المدروسة وطبيعة العلاقة القائمة بين تطور الإعلام الإليكتروني والإعلام التقليدي.

ثانياً- أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة إلى تحقيق العديد من الأهداف أبرزها:

1- التعرف على نشأة وسائل الإعلام في الأردن والعقبات والمشاكل التي تواجه الإعلام التقليدي.

2- التعرف على مستقبل الصحف الورقية والأزمات التي تواجه الصحف اليومية في الأردن.

3- التعرف على وسائل الإعلام الإليكترونية وقدرتها على جذب واستقطاب القراء.

4- دراسة طبيعة دور ومستقبل الإعلام في الأردن.

ثالثاً- تساؤلات الدراسة:

بناءً على مشكلة الدراسة فان هناك عددا من التساؤلات التي ستحاول الدراسة الإجابة عليها:

1- ما أسباب تراجع الصحف الورقية في الأردن وإغلاق بعض الصحف مع ظهور شبكة الانترنيت والصحف الإليكترونية؟

2- لماذا استقطب الإعلام الإليكتروني القراء وكيف استحوذ على قراء الصحف الورقية؟

3- إلى أي حد سيقل حضور الصحف الورقية في المشهد الإعلامي الأردني وما إمكانية تحول الصحف الورقية إلى إليكترونية في الأردن ؟

4- ما العمر الافتراضي لبقاء الصحف الورقية في الأردن؟

رابعاً– الإجراءات المنهجية للدراسة:

تندرج الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف وصف ظاهرة تتسم بطابع التغير، ونظراً لطبيعة الدراسة وظروفها فقد استخدم الباحث المنهج التاريخي للحصول على معلومات موثقة لموضوع الدراسة مستعيناً بالعديد من المصادر والمراجع التقليدية وغير التقليدية على اختلاف أنواعها مثل الدوريات والكتب والرسائل الجامعية والدراسات البحثية والمواقع الإليكترونية والمقابلات الشخصية.

خامساً– مدخل تاريخي: الصحافة في الأردن

مرت الصحافة في الأردن بأربع مراحل منذ تأسيس الإمارة وحتى اللحظة:

المرحلة الأولى : مرحلة الاحتلال البريطاني منذ عام 1921م وحتى 1946م

المرحلة الثانية : مرحلة ما بعد الاحتلال البريطاني منذ عام 1946م – وحتى عام 1970م

المرحلة الثانية : مرحلة الأحكام العرفية منذ عام 1970م وحتى عام 1989م

المرحلة الرابعة: مرحلة السير نحو الديمقراطية منذ عام 1989م وحتى اللحظة.

وقسم الباحث تاريخ الصحافة في الأردن إلى هذه المراحل الأربعة لان كل مرحلة من هذه المراحل لها سمات تتميز بها من الناحية السياسية والإعلامية وقد انعكست طبيعة النظام السياسي في كل مرحلة من المراحل على طبيعة النظام الإعلامي الذي عرفه الأردن منذ التأسيس وحتى اللحظة(9).

واقترن مولد الصحافة الأردنية بنشوء الكيان السياسي لإمارة شرق الأردن في 11 نيسان/ إبريل 1921م، وتعد "الحق يعلو" أول صحيفة في الأردن وكان ذلك في مخيم للأمير عبد الله الأول في معان، وبعد إدخال المطبعة عام 1923م صدرت صحيفة " الشرق العربي" وهي صحيفة رسمية كانت تصدر أسبوعياً أو نصف شهرية، وتغير اسم هذه الصحيفة عام 1927 ليصبح " الجريدة الرسمية " لحكومة شرق الأردن، ثم غير هذا الاسم بعد الاستقلال إلى " الجريدة الرسمية " للمملكة لأردنية الهاشمية وما زالت تصدر إلى الآن، والجريدة الرسمية تصدر عن رئاسة الوزراء وتنشر فيها القوانين والأنظمة والتعليمات التي تصدر عن الحكومة وتصدر حالياً مرتين في الشهر(10).

وشهد عام 1927 تطوراً حقيقياً في إصدار الصحف عن طريق القطاع الخاص، فصدرت صحف " جزيرة العرب" لحسام الدين الخطيب."وصدى العرب" لصالح الصمادي، و" الأردن " لخليل نصر التي بقيت تصدر حتى عام 1982، وحاول شاعر الأردن مصطفى وهبي التل إصدار صحيفة " الأنباء" إلا أن العدد الأول تم مصادرته من المطبعة، وفي الثلاثينات من القرن العشرين، صدرت صحف ومجلات لم يكتب لها الاستمرار مثل: مجلة "الحكمة"؛ "والميثاق"؛ "والوفاء"؛.. وغيرها

وتميزت الصحف في هذه المرحلة بأنها لم تكن منتظمة الصدور وبعضها كانت تكتب بخط اليد مثل صحيفة الحق يعلو لتأخر دخول الطباعة إلى الأردن ، وكانت ضعيفة من الناحية الفنية ومعظمها لم يعمر طويلا لأن السلطات البريطانية كانت تحارب الصحفيين والصحف بشكل عام وكانت تفرض عليهم غرامات باهظة والسجن في حال انتقدوا السلطات البريطانية التي كانت لها الكلمة الفصل في الأردن في هذه المرحلة على الرغم من أن وسائل الإعلام البريطانية كانت تتمتع بحرية وتعمل بموجب نظرية الحرية.

وأدت محاربة السلطات البريطانية للصحف في الأردن إلى لجوء الصحف للأدب لكي تضمن بقائها فصحف تلك المرحلة كانت تتنأول موضوعين رئيسيين هما محاربة الاحتلال البريطاني ومحاربة

الاستيطان الصهيوني في فلسطين و الأردن وبما أن ما يكتب في الصحف كان مناهضا للاحتلال البريطاني وضد سياسية الحكومة البريطانية فقد كان مصير معظم صحف هذه الفترة الإغلاق الطوعي أو الإغلاق من خلال سلطات الاحتلال.

ولم يشهد الأردن ظهور أي وسائل إعلام في هذه الفترة باستثناء الصحف التي لم تكن تصدر بانتظام ولم يكن هناك أي صحيفة تصدر بشكل يومي ولكن بريطانيا أسست إذاعة في فلسطين كانت تبث من حيفا عام 1936م وكانت تبث بستة لغات هي العربية والانجليزية والعبرية والألمانية والفرنسية والروسية فهذه الفترة عرفت بمحدودية وسائل الإعلام ووجود وسائل إعلام خاصة وحكومية ولكن عددها كان قليل ولم تكن تتمتع بالحرية الكافية.

مرحلة ما بعد الاحتلال البريطاني

1946-1970م

وبعد استقلال المملكة الأردنية الهاشمية في 25 أيار/ مايو 1946، واحتلال فلسطين عام 1948م صدرت العديد من الصحف منها : مجلة الرائد" لأمين أبو الشعر، وكانت تنطق باسم حزب الشعب الأردني؛ وصحيفة الجهاد عام 1947؛ والنهضة عام 1949، اللتان صدرتا عن حزب النهضة العربية. وبعد نكبة عام 1948، انتقل عدد من الصحفيين الفلسطينيين مع صحفهم إلى الأردن .

وقد شجع الدستور الأردني دستور 1952م حرية الصحافة والنشر حيث ورد ما نصه في الدستور " تكفل الدولة حرية الرأي ولا يجوز تعطيل الصحف ولا إلغاء امتيازها إلا وفق أحكام القانون والصحافة والطباعة حرتان ضمن حدود القانون ".

وصدرت تبعاً لذلك صحيفتا فلسطين والدفاع وصحيفة فلسطين صدرت عام 1911 وبقيت في فلسطين حتى النكبة ثم انتقلت إلى عمان كما انتقلت العديد من الصحف التي كانت تصدر في فلسطين

إلى الأردن وظهرت الصحف الحزبية وساعد على ظهورها أن القانون الأردني لم يطلب رأس مال كبير للصحف .

أما في فترة المد القومي، وخصوصاً الناصري الذي ساد في الشارع العربي في الخمسينيات والستينيات(7)، فقد شعرت الحكومة الأردنية آنذاك، برئاسة السيد وصفي التل، بأن الصحافة الأردنية التي كانت تصدر من القدس، وتعود في جذورها إلى الصحافة الفلسطينية غير قادرة على التصدي للخط القومي الناصري الذي يستخدم الأثير لبث الدعاية لإيديولوجيته أو ربما أنها كانت مهادنة لذلك الخط. ولهذا أصدرت الحكومة قانوناً جديداً للمطبوعات في عام 1967، بدلاً عن قانون عام1955، كي تستطيع السيطرة بفاعلية على الصحافة غير المنضبطة أو غير الفاعلة كما وصفت من قبل الحكومة آنذاك.

ولعل من المهم هنا الوقوف قليلاً عند هذا القانون؛ لأنه غيب صحفاً لها من العمر عشرات السنوات، وولدت صحفا ما زالت موجودة منذ ذلك الوقت، وغيرَ في مسألة الملكية، فأجاز للحكومة أن تفرض نفسها شريكة لأصحاب هذه الصحف، أو حتى إصدار صحفها الخاصة بها، وهو أمر كان له تأثيره الواضح في المسيرة الموضوعية والمهنية للصحافة الأردنية .

لقد أصدر رئيس الوزراء آنذاك وصفي التل خلال وزارته الرابعة في ال أول من شباط/ فبراير عام 1967 قانون المطبوعات والنشر رقم (16) على شكل "قانون مؤقت" بعد أن حل مجلس النواب، ووضع شروطاً مالية ومهنية لإصدار الصحف كانت سهلة التحقيق، أما أهم ما ورد فيه مادته الأخيرة رقم(17) التي نصت على أنه" بعد نفاذ هذا القانون تعد لاغيه جميع الرخص الممنوحة بإصدار مطبوعات صحفية، وعلى الراغبين في إصدار أية مطبوعات صحفية التقدم بطلب الترخيص حسب أحكام هذا القانون.

ودخلت الصحافة الأردنية مرحلة جديدة بصحف جديدة، وأفهمت الصحف اليومية الأربعة الموجودة آنذاك وهي(الدفاع؛ فلسطين؛ الجهاد؛ والمنار) بأن عليها أن تتحاور وتدمج نفسها باثنتين: واحدة في عمان؛ والثانية في القدس، والملفت للنظر أن وزير الإعلام كان يشارك في المفاوضات بين أصحاب الصحف، ويقرر من يكون رئيس التحرير والمحررين وانتهت الأمور بتوحيد صحفيتي" فلسطين" و" المنار" تحت اسم "الدستور" على أن تصدر في عمان. وتوحيد " الدفاع" " والجهاد" تحت اسم القدس على أن تصدر في القدس، وأدت هذه السياسة إلى وقف الكثير من الصحف الأسبوعية بسبب رفض إعادة ترخيصها، على الرغم من قلتها آنذاك. ومن المفارقات أيضاً قيام الحكومة بتعيين موظفين من دوائر وزارة الإعلام للعمل محررين في الصحيفتين الجديدتين في حين تم فصل عدد كبير من المحررين الأصليين.

وكان لحرب حزيران/ يونيو عام1967 التي اندلعت بعد نحو أربعة أشهر من نفاذ القانون، والحرب الأهلية في الأردن عام 1970 التي لحقتها بعد ثلاث سنوات، أثر بارز في ما أتى من تطورات لاحقاً، الأولى فصلت بشكل شبه نهائي بين الصحافة الأردنية والفلسطينية، والثانية قدمت القناعة للحكومة الأردنية بإصدار صحيفتها الخاصة.

فالدستور هي الصحيفة اليومية الوحيدة التي كانت موجودة خلال الفترة من عام 1967-1970 على الرغم من صدور صحيفة الدفاع لفترة قصيرة، وفي الوقت الذي اقتربت فيه الأولى من نهج الدولة، دون أن تتعرض للمقاومة الفلسطينية؛ كانت الثانية أقرب إلى أفكار التنظيمات الفلسطينية، وأسهم ذلك في إقناع حكومة السيد وصفي التل بعد أن استتبت الأمور، بضرورة إصدار صحيفة ناطقة باسم الحكومة (11).

وخلال هذه الفترة أعطيت الصحف حريتها بنقد السلطات والحديث بصراحة وحرية عما يجري في الأردن والوطن العربي وقد تميزت العلاقة ما بين الصحف التي كانت موجودة في تلك الفترة وما بين الحكومة الأردنية بالعدائية خاصة بعد حرب عام 1967م حيث حملت الصحف الحكومات العربية

والحكومة الأردنية مسؤولية خسارة الحرب ووجهت الكثير من الانتقادات للحكومة الأردنية والنظام السياسي .

وعرف الأردن في هذه الفترة الإذاعة حيث استولى الجيش الأردني ومواطنون فلسطينيون عام 1948م على الإذاعة البريطانية ونقلت إلى مدينة رام الله ثم إلى جبل الحسين عام 1956م ثم إلى أم الحيران عام 1959م، وما زالت تبث من منطقة أم الحيران حتى هذه اللحظة كما ظهر عام 1968م التليفزيون الأردني وعام 1969م وكالة الإنباء الأردنية ولكن لم تشهد هذه الفترة ظهور محطات إذاعة أو تلفزيون للقطاع الخاص التي أسس العديد من الصحف.

المرحلة الثالثة

مرحلة الأحكام العرفية من 1970م وحتى 1989م

تعد هذه المرحلة من أخطر المراحل التي مرت على الأردن منذ إعلان استقلاله ، ففي هذه المرحلة كان الأردن مهدد من قبل العديد من القوى الإقليمية وقد أسفرت التدخلات الخارجية عن انفجار الوضع الداخلي واندلاع حرب أهلية وعلى أثر ذلك أعلن النظام عن تشكيل حكومة عسكرية وفرض الأحكام العرفية وقد انعكست تلك القرارات سلبا على الإعلام إذ أصدرت الحكومة الأردنية قراراً يحمل الرقم (26) لعام 1971م بتاريخ 13 أيار/ مايو عام 1971 يقضي بإنشاء مؤسسة فكرية، وصحيفة حكومية تكون" قادرة على قراءة المتغيرات السياسية" وهي" المؤسسة الصحفية الأردنية" وعين الأستاذ أمين أبو الشعر أول مدير عام لهذه المؤسسة، وكان أول إنتاج لهذه المؤسسة" صحيفة الرأي" بموجب قرار من رئاسة الوزراء في 18 أيار/مايو1971، وصدر منها العدد الأول في 2 حزيران/ يونيو

ويبدو أن الهدف من الإقدام على هذه الخطوة كان إصدار صحيفة "شبه رسمية" تنطق باسم الحكومة مثلما هو الحال في عدد من الدول العربية، ومما ساعد على تحقيق هذا الهدف توافر آلات الطباعة ألحديثة إذ كان السيد سليم الشريف صاحب صحيفة الجهاد قد اشترى في تلك المرحلة آلات

طباعة حديثة بكفالة الحكومة عقب حرب حزيران عام 1967 لاستئناف إصدار صحيفة في عمان تحل مكان صحيفته التي كان يصدرها في القدس، وبعد اختفاء هذا الصحفي بطريقة غامضة عام 1970، عمدت الحكومة، بعد أن سوت مسألة الديون واستكملت آلات الطباعة، إلى إنشاء هذه المؤسسة الصحفية(12) .

لقد أصبحت صحيفة الرأي بعد صدورها ثاني صحيفة رسمية في تاريخ المملكة الأردنية الهاشمية بعد صحيفة الشرق العربي التي صدرت عام 1923، وحمل صدروها أيضاً مفارقة تحمل دلالات هي أن نزولها إلى الأسواق سبق عملية الترخيص الرسمي لها ب76 يوماً، فما لزوم ترخيصها ما دامت الحكومة نفسها هي صاحبتها.

وعلى الرغم من تبني الحكومة لهذه المؤسسة الصحيفة منذ ولادتها؛ إلا أن صحيفة " الرأي" المنبثقة عنها فشلت في أن تكون بالمستوى الذي يبحث عنه أصحابها(الحكومة)، ويبدو أن طرحها السياسي والمهني الذي كانت تمثله لم يكن قابلا للبيع، فلم يزد توزيعها الحقيقي على مئات النسخ. وكان على الدولة أن تفكر بأسلوب جديد، وكان الحل المثالي أن تملكها لمقربين لها، يحافظون على خطها السياسي، ويعملون على إنجاحها بمعرفتهم المهنية، وهذا ما لم يحصل إطلاقا (13).

فسعت الحكومة إلى ترك الصحافة بيد القطاع الخاص(على شرط ألا يحيد عن خط الدولة)، وتحولت المؤسسة من" مؤسسة مساهمة عامة" إلى "مؤسسة مساهمة خاصة"، إذ أجريت هذه العملية بمراحل ابتدأت عام 1973، وانتهت عام 1975، فنقلت ملكية المؤسسة في البداية إلى الاتحاد الوطني العربي(التنظيم السياسي الناطق باسم الدولة آنذاك الذي حاول من خلاله الملك حسين إعادة اللحمة الوطنية للمجتمع الأردني من خلال حشد القوى المؤثرة في الأردن من غربي نهر الأردن وشرقه)، وجاء هذا النقل بعد إلغاء مجلس الوزراء لقانون المؤسسة رقم (26) بموجب القانون المؤقت رقم (45) لعام 1973، ثم تلاه القانون المؤقت رقم(5) لعام 1974 والقاضي بتحويل المؤسسة إلى شركة مساهمة

خاصة(وفيها تملك الحكومة 40% من الأسهم، أما ال60% المتبقية من الأسهم فطرحت للقطاع الخاص) وانتهت العملية في 1 أيلول/ سبتمبر 1975 بعد أن تم بيع الحصة الكاملة العائدة للحكومة، وأصبحت ملكيتها تعود إلى مجموعة خاصة صغيرة من الأشخاص.

وبتاريخ 2 كانون الأول/ يناير عام 1977م تم تسجيل الشركة تحت رقم 442 برأسمال قدره 100 ألف دينار، وأصبح السيد جمعة حماد مديراً عاما لها

إن نجاح الصحيفة لا يكون بتطابق وجهة النظر مع الحكومة، وهذا ما عرفه أصحاب الرأي" الجدد"، وما نفذوه بدقة، الأمر الذي زاد من نسبة مبيعات هذه الصحيفة، لكنه زاد في الوقت نفسه من نقمة الدولة أيضاً، فعرفت التعطيل والتوبيخ، وكادت في بعض المراحل أن تعود إلى صيغتها التأسيسية حيث كانت الملكية الكاملة للدولة.

واستمر هذا الوضع إلى ما هو عليه من عام 1977 حتى عام 1986 حيث تحولت الشركة، مرة أخرى،من "شركة مساهمة خاصة" إلى "شركة مساهمة عامة" بعد أن قررت الحكومة الأردنية توسيع قاعدة الملكية في الصحف اليومية بتحويل الرأي والدستور من شركات مساهمة "خاصة" إلى شركات مساهمة "عامة"، وبموجب هذا القرار تم توزيع ملكية الصحف على النحو التالي : المالكون القدامى (35%) والمساهمون بالاكتتاب العام(25%) وصناديق الدولة (15%)؛ وشركات ومؤسسات عامة(20%)؛ والعاملون في الصحيفة (14)،وهكذا "وبعد طول مخاض أخذت تتضح ملامح الشكل النهائي للصحافة الأردنية الحديثة.

ومثلت صحيفتا الرأي والدستور الخط السائد الذي أثبت نجاحه في تجربة الصحافة الأردنية منذ نشأتها والى الآن وأصبح المستوى الذي بلغته هاتان الصحيفتان يشكل المعيار المقبول للعمل الصحفي في الأردن إلى حد ما، على الرغم من حالة (اللا استقرار) التي كانت تعيشها في الانتقال من العام إلى الخاص وبالعكس، تحت تأثير السلطة السياسية القائمة إلا أن الصحيفتين أثبتتا نجاحهما حيث ما زالتا

تتربعان على عرش الصحافة اليومية الأردنية حيث يوجد في الأردن حالياً سبعة صحف يومية هي الرأي والدستور والعرب اليوم التي تأسست عام 1993 " توقفت عن الصدور مؤقتا " والغد التي تأسست عام ألفين وثلاثة والسبيل التي تأسست كصحيفة أسبوعية عام 1993 وتحولت عام 2003 إلى صحيفة يومية والديار والأنباط وصدى الشعب .

وعلى الرغم من أن صحيفة " الرأي" وصحيفة الدستور أيضاً من الصحف "الموالية للحكومة، فإن هذا لم يمنع الحكومة من إغلاقها والتهديد بسحب رخصتها، وتعطيلها مما يعطي فكرة واضحة عن سلطوية الأحكام العرفية وقانون المطبوعات والنشر الصادر عام 1973 من ناحية وعن قدرة الصحيفة على التحدي، وعن قدراتها المادية والمعنوية على المقاومة وعدم الانهزام من جهة أخرى، كما حدا عجز الحكومة عن "إخضاع" الرأي والدستور في فترات السبعينات إلى إتباع أسلوباً آخر للتعامل مع الصحافة، يقوم على اتخاذ قرارات حكومية "من أعلى" وإجبار الصحف على احترامها، وبخاصة أن أحكام وقوانين الطوارئ المعمول بها منذ عام 1967م لم تُلغَ إلا عام 1989م، وهي تعطي لرئيس مجلس الوزراء (الحاكم العسكري) مطلق الحريات لاتخاذ ما يراه مناسباً في سبيل المصلحة العامة والسلامة العامة والأمن القومي.

لقد أقدمت الحكومات المتعاقبة على اتخاذ عدد من الخطوات والقرارات في منتصف الثمانينيات كان لها الأثر الكبير في العمل الصحفي.

الخطوة الأولى: أصدرت فيها تعليمات في عهد السيد زيد الرفاعي عام 1985م تم بموجبها تحديد نشر إعلانات النعي والتهنئة في الصحف اليومية، وبموجب هذه التعليمات، اقتصر نشر النعي على ذوي المتوفى. كما تم منع نشر جميع أشكال التهاني للجهات المسؤولة والأشخاص المسؤولين على الصفحة الأولى، إلا ما يتصل منها بمناسبة قومية أو دينية أو وطنية وهو يعني خسران الصحيفة لمورد مهم من الإعلانات التي تدر دخلاً لا بأس به.

الخطوة الثانية: أصدرت فيها حكومة السيد زيد الرفاعي، أيضاً، قراراً عام 1986 عملت بموجبه على تحويل المؤسسة الصحفية الأردنية "الرأي"، والشركة الأردنية للصحافة والنشر "الدستور" إلى مؤسستين عامتين. ويعتقد أن هذا القرار اتخذ للحد من استقلالهما باعتبارهما مؤسسات خاصة وناجحة اقتصادياً، مما يؤكد أهمية تأثير المؤسسات الصحفية الأردنية، ومتانة قاعدتها الاقتصادية واستقلالها المالي، واعتمادها الكلي على الإعلانات والمبيعات وليس على الدعم الحكومي، ورغبتها في التعبير عن الأحداث السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية بمنأى عن هيمنة الحكومات، وأشارت الدراسات الإحصائية إلى أن عدد قراء الصحف اليومية في الأردن في الثمانينيات قدر بنحو (650) ألف شخص يومياً.

الخطوة الثالثة: وفيها وافقت حكومة زيد الرفاعي في مطلع شهر شباط/ فبراير عام 1987؛ بحجة ارتفاع أسعار الورق عالمياً ومواد طبعه، على رفع أسعار الصحف اليومية: فأصبحت 75 فلساً للنسخة الواحدة بدلا من 50 فلساً في السابق. وما يجدر ملاحظته هنا أن صفحات الصحف الأردنية لم تكن تقل في تلك الأيام عن 20 صفحة ووصلت أحياناً إلى 30 صفحة، أما توزيعها؛ فاقترب بمجمله من 200 ألف نسخة يومياً، وكانت " الرأي" الأكثر انتشاراً، تليها "الدستور"، ف "صوت الشعب التي تأسست عام 1986 وأغلقت عام 1990م .

الخطوة الرابعة: (وهي خطوة إيجابية إلى حد ما) وفيها وافق مجلس الأمة عام 1988 على إضافة تعديل على المادة(16) من قانون المطبوعات والنشر المؤقت رقم 2 لعام 1973 الذي نص على رفع الحصانة عن قرار مجلس الوزراء المتعلق بإلغاء امتياز المطبوعة الصحفية أو سحبه، الأمر الذي يتيح مقاضاة الحكومة إذا ما أقدمت على هذين الإجراءين.

وفي 24 آب/ أغسطس عام 1988 أقدمت الحكومة من خلال " لجنة الأمن الاقتصادي" المنبثقة عن تعليمات الإدارة العرفية رقم 2 لعام 1967 المعمول بها منذ ذاك التاريخ، التي تمنح رئيس الوزراء صلاحية الحاكم العسكري، على توجيه ضربة قوية للملكية الخاصة للصحف إذ حلت هذه اللجنة مجالس

إدارة الشركات الصحفية الثلاث: الرأي والدستور وصوت الشعب، فأبعدت مجالس الإدارة وعينت لجان إدارة مؤقتة لمدة سنتين لإدارة هذه الصحف.

كما اتخذت اللجنة قراراً بتعيين مديرين عاميين للصحف ورؤساء تحرير لها، وعملت اللجنة أيضاً على تقليص ملكية أصحاب الصحف الأصليين إلى 5% من رأس المال الكلي. وفي مرحلة المجالس المؤقتة؛ تم بيع أسهم المالكين القدامى لشركات استثمار حكومية(المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي) في 3 نيسان / إبريل عام 1989 بنسبة 45.9% من رأس المال، وبذلك أصبح القطاع العام يمتلك نسبة عالية من الأسهم في هذه الصحف مما يعني سيطرته عليها.(17)

الخطوة الخامسة: ومع مجيء حكومة جديدة برئاسة السيد مضر بدران عادت" لجنة الأمن الاقتصادي" في 11 كانون الأول/ ديسمبر عام 1989عن قراراتها السابقة، وأعادت مجالس الإدارات السابقة للمؤسسات الثلاث، وعلى رأسها صحيفة " الرأي"، لكن الملكية الصحفية لم تتأثر بهذا الإجراء، وتمت انتخابات مجلس الإدارة في 10 كانون الأول / يناير عام1990، وعين الأستاذ محمد العمد، مديراً عاماً للمؤسسة، وتم بعدها رفع قيمة رأسمال المؤسسة الصحفية الأردنية " الرأي" إلى مليوني دينار أردني.

وفي هذه الفترة ظهر عدد محدود من الصحف الأسبوعية مثل جريدة شيحان واللواء وغيرها من الصحف التي كانت تصدر بشكل منتظم ولكن صحف أخرى كانت تصدر من الخارج مثل صحيفة الرباط التي كانت تتبع جماعة الإخوان المسلمين ولم يظهر محطات إذاعة وتلفزيون خاصة في هذه المرحلة لان السلطات لم تكن تسمح للقطاع الخاص بان يتملك وسائل الإعلام حيث كانت تطبق نظرية السلطة.

وكانت الحكومة تسيطر على الصحف اليومية الموجودة وتملك إسهاما فيها حيث كانت تملك 66% من صحيفة الرأي و36% من صحيفة الدستور .

المرحلة الرابعة:-

مرحلة السير نحو الديمقراطية

وأول هذه الفترة من خلال مرحلتين الأولى من عام 1989م وحتى عام ألفين والثانية من عام ألفين وحتى الآن .

وقد شهد الأردن عام 1989م انعطافاً حاداً في مسيرته السياسية فقد وقعت في الأردن انتفاضة شعبية في شهر نيسان من عام 1989م حيث طالب القائمون على هذه الانتفاضة التي سميت هبة نيسان برفع الأحكام العرفية واستئناف العمل بالنظام البرلماني وإجراء الانتخابات البرلمانية بأسرع وقت وعدم رفع الأسعار وقد استجاب الملك الحسين لمطالب المتظاهرين وتقرر في هذا العام إجراء انتخابات نيابية ورفع الأحكام العرفية وصدر قانون المطبوعات والنشر الجديد عن المجلس المنتخب.

ويعد قانون المطبوعات والنشر الذي صدر عام 1993م من أكثر قوانين المطبوعات والنشر مرونة وتطوراً لاسيما أنه أعاد تأكيد ما أقره الدستور الأردني لعام 1952م في مادته (3) من أن " الصحافة والطباعة حرتان "، كما أن المادة (4) منه جاءت لتؤكد الحرية الصحفية فنصت على أنه " تمارس الصحافة مهمتها بحرية في تقديم الأخبار والمعلومات والتعليقات وتسهم في نشر الفكر والثقافة والعلوم في حدود القانون.

وتطورت طبيعة الموضوعات التي تتناولها الصحافة الأردنية خلال مرحلة التحول الديمقراطي، إذ استطاع قانون المطبوعات والنشر لعام 1993- على الرغم من ثغراته- " أن ينهي الرقابة المباشرة للحكومة على المطبوعات الصحفية، بحيث أصبحت هذه الرقابة ذاتية ولم يعد بإمكان الجهات المسؤولة إغلاق الصحف أو معاقبة الصحفيين بسبب نشر موضوع معين ، وكل ما تستطيع عمله اليوم هو رفع ما تعتبره مخالفة إلى القضاء للنظر فيه، فعلى سبيل المثال لا الحصر، كان الحديث عن الفساد في المرحلة السابقة للتحول الديمقراطي يعد إساءة لسمعة البلد، وللمناخ الاستثماري فيه، وزعزعة للثقة العامة، أما في المرحلة الديمقراطية، فقد امتلكت الصحف هامشاً من الحرية في نشر الأخبار والتعليقات عن قضايا

الفساد ، وإن كانت الصحف اليومية آنذاك: الرأي والدستور والعرب اليوم لا تكتب في هذا الموضوع إلا ضمن العموميات، وليس من خلال متابعة قضايا محددة أو تسمية دوائر أو جهات أو أشخاص معينين لعدم قدرة هذه الصحف على إجراء تحقيقات صحفية موسعة، ومتابعة هذه الموضوعات للحصول على الأدلة والإثباتات من جهة، ونتيجة للضغوطات الاجتماعية المفروضة عليها من جهة أخرى فإنها اليوم قادرة على ذلك في حين أن الصحف الأسبوعية والحزبية هي الأكثر اهتماماً بنشر قضايا الفساد وإبرازها، حتى لو لم تصل إلى نتائج ملموسة .

أما التطور الآخر في الصحافة الأردنية خلال المرحلة الديمقراطية، فهو التطور المتعلق بحجم تمثيل المعارضة السياسية في الصحافة، ففي هذا المجال لا يزال تمثيل الرأي الآخر في الصحف الأردنية ضعيفاً، على الرغم من هامش الحرية الممنوح للصحافة في نشر مختلف الآراء والمعلومات والمواد، حتى وإن تباينت بدرجة أو بأخرى مع التوجه الرسمي، وغالباً ما يتم التعبير عن الرأي الآخر في الصحف اليومية من خلال نشر بيانات الأحزاب المعارضة عن بعض القضايا، ومن خلال نشر مقالات بعض الكتاب الذين يتخذون مواقف معارضة لوجهة نظر الحكومة.

ومع دخول الصحافة عصر الإعلام الالكتروني نلاحظ إن كثير من الصحف خاصة الأسبوعية فضلت التحول إلى إعلام الكتروني ولم تعد تطبع ورقيا أو تحولت إلى مجلات شهرية أو غير دورية وبقي في الأردن حالياً سبع صحف يومية ناطقة بالعربية وأخرى ناطقة بالانجليزية هي الجوردن تايمز والعديد من الصحف الأسبوعية التي وصلت في مرحلة من المراحل إلى أربعين صحيفة لكنها الآن لا تزيد عن خمسة صحف حيث تعاني من ضائقة مالية بعد أن أوقفت الحكومة إعلاناتها واشتراكاتها في هذه الصحف بسبب مواقفها المعادية للحكومة ونشرها مواد لا ترضي عنها الحكومة .

وهذه الصحف ظهرت في الأردن بعد رفع الأحكام العرفية وعودة الحياة الديمقراطية عام 1989م حيث كان القارئ المتعطّش إلى تغيير نمط قراءته، فمال بوضوح إلى مطالعة الصحف الأسبوعية وقد امتازت صحف هذه الفترة بعدة خصائص أهمها:

1-عدم الاستقرار.

2- عدم الانتظام في الصدور.

3- ضعف الإمكانات المادية.

وشهدت هذه المرحلة انفراجاً إعلامياً وأصبحت الصحافة قادرة على مواكبة المسيرة الديمقراطية التي دخلها الأردن بعد عودة الحياة الديمقراطية إليه وما تلا ذلك من أحداث سياسية تجاوز تأثيرها الأردن إلى إقليم الشرق الأوسط والعالم أجمع مع انهيار الاتحاد السوفييتي وحرب الخليج الثانية باحتلال العراق للكويت ومن ثم مؤتمر مدريد فيما عرف بعملية السلام في الشرق الأوسط عام 1991م واتفاقية وادي عربة في العام 1994م كل هذه العوامل أثرت على المشهد الإعلامي الأردني مما أدى إلى ظهور كتابات ثقافية وأدبية فرضت نفسها على الساحة الثقافية الأردنية متأثرة بالأحداث السياسية سواء كان ذلك نثراً أو شعراً أو مسرحاً، أي سيطرت السياسة على المشهد الثقافي فباتت اغلب الأعمال الثقافية تتضمن أحداث سياسية، على عكس ما كان في الإمارة وبداية الخمسينيات من سيطرت الثقافة على المشهد السياسي بطغيان الأدب والثقافة على الصحافة السياسية.

وفي خطاب العرش الذي ألقاه الملك لدى افتتاحه الدورة الثانية لمجلس النواب في الخامس من تشرين الأول لعام 2008، أعاد الملك عبد الله الثاني ابن الحسين تسليط الضوء مجددا على ملف الإعلام، الذي انتقد أداءه أكثر من مرة وأبدى امتعاضه منه.

وهذه المرة، كانت رسالة الملك واضحة ، إذ حدد ما يجب أن يكون الإعلام عليه والدور الذي يجب أن يضطلع به، وحض على الارتقاء بمستوى أدائه و اعتبر أن الصحافة "مهنة رفيعة، هدفها

الحفاظ على المصلحة العامة، وخير المجتمع وتشكيل الرأي العام، بعيدا من التضليل، وتحويل الرأي الشخصي إلى حقيقة عامة".(16)

وفي رأي الملك أن على الإعلام أن يسهم مساهمة فاعلة وأساسية في تمكين الأردن من "تحقيق المكانة التي يطمح إليها عربياً وعالمياً على صعيد الحريات والانفتاح السياسي وترسيخ ثقافة الديمقراطية" بصفته "عين الناس على الحقيقة وإحدى ركائز المجتمع الديمقراطي".

ولتحقيق ذلك، دعا الملك إلى "التمسك بمبادئ المهنية والموضوعية، للحفاظ على التوازن الضروري، بين الحريات الصحافية والحقوق الشخصية".

وبالإضافة إلى اهتمام الملك بملف الإعلام، فقد لاقى الملف اهتمام الكثير من الوزراء الذين تناوبوا على توليه، وأيضا العديد من رجالات الإعلام والمحللين والصحفيين.

الإعلام الأردني بعد عام الألفين:

تطور الإعلام الأردني تطوراً ملحوظاً خلال السنوات القليلة الماضية خاصة مع الانتشار السريع لوسائل الإعلام الإليكتروني واستقطابها لجمهور وسائل الإعلام التقليدية التي بدأت تتلاشي أو تغير من أسلوبها في عرض المادة الإعلامية .

فقد شهد الأردن كغيره من الدول العربية ظهور مئات المواقع الإخبارية الالكترونية والتي زاد عددها عن أربعمئة موقع والآلاف من المدونات والمواقع الاجتماعية ومحطات الإذاعة الخاصة والمحطات الفضائية الخاصة بعد أن كانت معظم وسائل الإعلام مملوكة للدولة ولم يكن حتى بداية السبعينات في الأردن غير صحيفتين يوميتين ومحطة إذاعة واحدة ومحطة تلفاز واحدة وكانت هذه الوسائل الإعلامية مملوكة للدولة في حين أن القطاع العام كان مغيب عن المشهد الإعلامي وقد استمر الحال على ما هو عليه حتى عام 1989م عندما رفعت الحكومة قانون الطوارئ و الأحكام العرفية وسمح للقطاع الخاص بتأسيس محطات إذاعة وتلفزة وصحف ولكن وسائل الإعلام الخاصة ظلت تحت

رقابة الحكومة من خلال قانون المطبوعات والنشر الذي سلطته الحكومة على وسائل الإعلام خاصة التي كانت تنشر ما يخالف الحكومة وتنتقد إعمالها حيث أتاح ذلك القانون للحكومة إغلاق وسائل الإعلام ولم تكن الآراء المعارضة تظهر كثيرا في تلك الوسائل التي كانت تحت رحمة سحب الترخيص منها.

ولكن بعد عام ألفين بدأت تظهر وسائل إعلام جديدة تتسم بالتفاعلية هي المواقع الإليكترونية الإخبارية التي زاد عددها عن خمسمائة موقع ولعل أول ظهور لها كان موقع عمون ثم تبعه موقع سرايا ثم عشرات المواقع الإليكترونية إلى أن وصل العدد إلى خمسمائة موقع عام 2006 م وأصبحت هذه المواقع تنافس الصحف الورقية الإعلام التقليدي من صحف مدعومة من قبل الحكومة وتلفزيون رسمي وإذاعة رسمية وبدأت هذه المواقع تشكل حالة جديدة في الأردن سيما أنها وجدت الكثير من المتابعين من أبناء الأردن إذ تبلغ نسبة المتعلمين 93% حسب الإحصائيات الرسمية (17) ومع ظهور هذه الوسائل الجديدة بدأت تؤثر شيئا فشيئا على وسائل الإعلام التقليدي وخاصة الصحف الأسبوعية التي بدأت تنهار شيئاً فشيئاً حيث كان عددها 45 صحيفة حسب دائرة المطبوعات والنشر عام 2007م ولم تبقى منها الآن إلا خمسة صحف تصدر بانتظام وخمسة غير منتظمة حيث تحولت هذه الصحف إلى مواقع إليكترونية (18).

ولم تكن الصحف الأسبوعية هي الوحيدة التي تأثرت بانتشار المواقع الإليكترونية والحرية المتاحة في هذه المواقع لا بل أن الصحف اليومية التي كانت تتربع على عرش الإعلام الأردني اهتزت هي الأخرى حيث تراجعت مبيعاتها بشكل كبير وتراجعت أرباحها وتوج ذلك الأمر بإغلاق صحيفة العرب اليوم مؤقتاً وأعلنت صحيفة الدستور عن تحقيقها خسائر كبيرة ونظم العاملين في الرأي أقوى الصحف الأردنية احتجاجات على الأوضاع الاقتصادية السيئة التي وصلت إليها الصحفية نتيجة تردي الوضع الاقتصادي الناتج عن تراجع المبيعات.

والصحف في الأردن تعاني من أزمة ولن تستطيع الاستمرار والبقاء دون الدعم الحكومي كما يرى نقيب الصحفيين الأردنيين "طارق المومني" و الدعم الحكومي لها لن يؤثر على استقلاليتها لان كثير من الحكومات حول العالم تدعم الصحف (19).

فالصحف اليومية تلقت العديد من الضربات مؤخرا أكثرها تأثيرا تراجع سوق الإعلان بعد الأزمة الاقتصادية العالمية بالإضافة إلى ظهور المنافسين الجدد بسبب تطور الإعلام ومنهم المواقع الالكترونية وتنامي الإذاعات والفضائيات. " " فظهور المواطن الصحفي والذي أصبح مصدرا مهما لتزويد كبريات المؤسسات الإعلامية بالأخبار والصور من قلب الحدث شكل تحديا كبيرا على الصحف يوجب التعامل معه بشكل حرفي ومتطور.

فالإعلام الورقي في أزمة بسبب ظهور الإعلام الجديد ، الإعلام الرقمي وعدم مواكبة بعض الصحف الورقية للإعلام الجديد من حيث السرعة في نقل الخبر و عدم رفع سقف الحريات في وسائل الإعلام الورقية المرتبطة بقانون المطبوعات والنشر والتي اعتادت في الأردن ألا تخرج عن السياسة الحكومية المرسومة لها

فالإعلام الورقي جزء من منظومة الإعلام الوطني وتأثر اقتصاديا ومهنيا خلال السنوات السابقة حسب ما يرى رئيس تحرير صحيفة الدستور اليومية الأردنية محمد التل (20)

فإدارات الصحف حسب التل ساهمت في تعميق الأزمة من خلال عدم اتجاهها في الاستثمار الرديف خارج إطار سوق الإعلام في وقت كانت فيه الصحف اليومية تعاني من بحبوحة اقتصادية ووفرة في الدخل.

و عدم مواكبة التطور خلال السنوات الماضية من قبل الصحف اليومية سواء في تطوير مضمونها أو التوسع في إدخال الإعلام الالكتروني كان من أهم أسباب تراجعها.

ورغم تراجع الصحف الورقية سواء من حيث أعداد القراء أو الدخل المتأتي من الإعلان إلا أنه من المبكر أن نتحدث عن زوال الإعلام المطبوع حسب ما ترى رئيس تحرير صحيفة الغد جمانه غنيمات .

فالتحدي الأبرز حاليا هو كيفية إعادة ثقة القارئ في المؤسسات الإعلامية الوطنية و أهمها الصحف اليومية وذلك لن يتأتى إلا من خلال رفع سقف الحريات والعمل بمهنية عالية (21)..

فوجود المواقع الالكترونية لم يكن سلبيا بالمطلق على الصحف اليومية بل أنه أسهم في مرحلة سابقة في رفع المنافسة والبحث عن فنون أخرى في الصحافة بالإضافة إلى رفع سقف الحريات, في حين أن سلبياته تتمثل في عدم تحري عدد من المواقع الالكترونية الدقة والموضوعية واعتماد البعض منها على نقل الأخبار بدون احترام ذكر المصدر الذي تناقلت منه الخبر أو المعلومة.

واعتبرت غنيمات أن التحديات المهنية اخطر من التحديات الاقتصادية التي تواجهها الصحف اليومية مشددة على ضرورة صقل مهارات الصحفي والعمل على إكسابه كل جديد والحرص على تدريبه على الفنون الصحفية المختلفة لمواكبة تطورات صناعة الإعلام.

فالإعلام الجديد هو الوسيلة التي يعتمد عليها الجميع كمصدر للمعلومة والخبر، فصناعة الإعلام القديم ستنتهي لأنها أصبحت لا تتواءم مع عناصر السرعة والسبق ، وحسب باسل العكور ناشر موقع جو 24 فإن المستقبل للإعلام الجديد الذي هو إعلام متعدد الوسائط ويشمل مقاطع الفيديو والصور والتسجيلات الصوتية وكل أنواع البيانات والوسائل المساعدة وهي تلخص المعارف وتعد تغذية راجعة على موقف المتابعين من حيث ردود أفعالهم حول كل ما ينشر.

فعدم انتقال الصحافة الورقية إلى أنواع جديدة من الفنون الصحفية مثل التحقيق الاستقصائي واعتمادها على الفنون التقليدية مثل الخبر والمتابعات التي تفتقر إلى العمق هو أحد أهم أسباب الأزمة التي تعاني منها الصحف الورقية وقد تسبب ذلك فقدانها الكثير من المتابعين لها وانتقالهم لمتابعة الصحافة

الالكترونية التي تفوقت كثيرا على الصحافة الورقية في الاستفادة من معطيات السوق ومن الحرية المتاحة بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي حافظت على سقفها المنخفض.

وفي دراسة قام بها مركز أبحاث "بو" الأمريكي شملت 353 من العاملين في الصحف والمؤسسات الإعلامية، أفاد 70 % بقيام مؤسساتهم بتقليص أعداد موظفيها خلال السنوات الثلاث الماضية، وقال 70 % من مدراء تحرير الصحف أن أعداد الصحفيين لديهم ليست كافية لتأدية العمل التحريري بالشكل المطلوب، لكنهم يفون بالغرض، فيما أعرب 15 % فقط من المستطلعة آرائهم عن ثقتهم بأن توفير المحتوى التحريري بشكل مدفوع على الانترنت سيكون مورداً مهماً للدخل خلال السنوات الثلاث القادمة. وبالرغم من هذه المعطيات، يعرب ألمار لاتور، رئيس تحرير النسخة الآسيوية من وول ستريت جورنال عن حماسه للعمل في هذه المرحلة التي تمر بها وسائل الإعلام، خاصة مع التطورات المتسارعة التي يشهدها العمل الإعلامي بفضل الوسائل الجديدة المتوافرة عبر الانترنت، مشيراً إلى أن التقنيات الجديدة باتت تؤثر على مختلف القطاعات وليس الإعلام فحسب، وبات لدى الناس قدرة أكبر للإطلاع على كم أكبر من المعلومات من مناطق مختلفة من العالم وبشكل أسرع بكثير من ذي قبل(22).

وفي الجانب المقابل، يأتي التباطؤ الذي تعاني منه الصحافة بسبب زوال العوائق التي كانت تقف دون الدخول في صناعة الإعلام، بالإضافة إلى التنافس على إيرادات الإعلان بعد ظهور الانترنت على الساحة الإعلامية والإعلانية وفقاً لريغ تشاو، رئيس تحرير جريدة "ساوث تشاينا مورننغ بوست"، وبنظرة اقتصادية، يشير تشاو الذي عمل أيضاً في إدارة تحرير وول ستريت جورنال إلى التباين الحاد في تكاليف وإيرادات الصحافة الورقية التقليدية وصحافة الانترنت، مما دفع بالكثير من الصحف إلى تخفيض تكاليفها بشكل جذري، فهناك خياران رئيسيان، إما تخفيض التكاليف أو البحث عن قنوات جديدة للدخل(23)

وقد لجأت مجموعة كبيرة من الصحف ذائعة الصيت إلى تقليص أرقام توزيعها و إلغاء آلاف الوظائف وتسريح عدد كبير من العاملين فيها ، بينها صحف ، واسعة الانتشار مثل " شيكاغو تريبيون "

، " بوسطن غلوب " و " انجلوس تايمز " ، و حتى المجلة الأوسع انتشاراً في العالم وهى مجلة " تايم " الأميركية الشهيرة .

و ثمة صحف أخرى ، تحولت إلى صحف رقمية ، مثل " كريستيان ساينس مونيتور" التي ألغت طبعتها الورقية منذ العام 2008 واكتفت بنسخة رقمية على موقعها على شبكة الانترنيت .

و أعلنت مجلة " نيوزيك " الأسبوعية الأميركية الشهيرة توقف نسختها الورقية عن الصدور منذ نهاية العام الماضي و اقتصارها على نسختها الإلكترونية التي حملت عنوان " نيوزويك غلوبال " من بداية العام الحالي . . كما توقفت مجلة " يو أس نيوز أند ريبورت " وهى الثالثة الأوسع انتشاراً في أميركا في تشرين الثاني من العام 2010 ، إضافة إلى المئات من الصحف المحلية الأميركية، التي اختفت عن الوجود نهائياً. وتشير الإحصاءات إلى أن عدد الوظائف في الصحافة الورقية الأميركية قد تقلص بحوالي 30% منذ عام 2008 ومن المتوقع ان تستمر هذه العملية بوثيرة أسرع فى المستقبل المنظور .

و لم تقتصر الأزمة على الولايات المتحدة ، ففي بريطانيا تم إغلاق صحيفة «ذي لندن بيبير» بعد الإعلان عن إغلاق أكثر من مائة صحيفة محلية لفشلها في التكيّف مع ظروف المنافسة الحادة مع الإعلام الإلكتروني. ويبدو أن صحيفة " الغارديان " اليومية ، واسعة الانتشار على وشك إيقاف القطاع المطبوع من الصحيفة و ملحقها الأسبوعي " الأوبزيرفر " نظرا لتكبد هذا القطاع خسارة تقدر بحوالي 44 مليون دولار سنويا .

وقد رضخت ثلاث صحف تقليدية كبرى في لندن إلى أن تعتمد مقاسات أصغر لصحفها ، تنافسا مع باقي الصحف الأخرى التي اعتمدت مقياس أقرب إلى مقاييس صحف التابلويد النصفية، كما اضطرت هذه الصحف إلى أن تعيد النظر في تبويباتها الصحافية لتواكب احتياجات سوق الجمهور من القراء

و في فرنسا توقفت جريدة فرانس سوار عن الصدور منذ شهر نوفمبر 2011، واكتفت بنسخة على الويب ، وكانت إلى عهد قريب مؤسسة إعلامية مرموقة ، عمل فيها مجموعة كبيرة من الإعلاميين على مستوى العالم

وأزمة الطباعة و النشر شاملة و لا تقتصر على نوع محدد من المطبوعات الدورية . فقد اضطرت أشهر موسوعة عالمية وهى " الموسوعة البريطانية " إلى التوقف عن نشر نسختها المطبوعة و الاقتصار على نسختها الالكترونية . كما تراجعت أرقام مبيعات الكتب الورقية ، في حين أن الكتب الالكترونية تلقى رواجاً كبيراً وهذا يدل على التحول السريع والواسع من النشر الورقي إلى النشر **الالكتروني**

وقد أتخذ هذا التحول أشكالا عديدة فهنالك صحف الكترونية تعد نسخة كاملة موازية لطبعاتها الورقية وأخرى يقتصر النشر الالكتروني فيها على أجزاء مختارة من المحتوى . ولكن معظم الصحف الإليكترونية ليس لها نسخ ورقية رديفة ويقتصر على النشر الإليكتروني وحسب .

ويرى الملياردير روبرت موردوك ، الذي يملك أكبر إمبراطورية إعلامية في العالم – أن صح التعبير – أن كثيرا من الصحف الحالية في المملكة المتحدة ستتلاشى في القريب العاجل، ولن يتحمل سوق الصحف أكثر من صحيفة واحدة في كل سوق صحافية. وقد بينت الإحصائيات والاستبيانات الأخيرة صحة ما ذهب إليه موردوك (24).

وكتب احد أبرز المدافعين عن الصحافة الورقية في العالم العربي وهو الصحفي المعروف عبد الرحمن الراشد مقالا في جريدة الشرق الأوسط يقول فيها :

" هل سيصبح مصير الصحف الورقية مثل مصير الحمير والبغال والخيول في زمن ظهور السيارة؟ هل فعلا حان موعد تفكيك المؤسسات الصحافية والانتقال إلى الوسيلة الجديدة، المواقع الإليكترونية؟ رغم احتفاء الزميلات من المواقع الإليكترونية بأنباء وفيات الصحف المنتشرة في أنحاء العالم، كما لو أن وباء

قد أصابها، فإنها قراءة خاطئة في نظري، وستثبت الأيام أن الصحف الورقية باقية لكن بلا ورق. وهنا يقع خلط، وربما تدليس متعمد، بإضافة كلمة الورقية إلى الصحف، فالصحيفة شكلاً ورقية لكنها في واقع الأمر محتوى، أي الأخبار والآراء، أي المنتج المكتوب سواء كان على ورق أو جدران، كما كان يفعل الصينيون في الماضي، حيث تعلق ورقة على لوح في الحي ليصطف الناس في طابور لقراءتها بسبب نقص الورق وكثافة السكان، أو مثل الصحيفة اليوم من خلال الصفحات الإليكترونية (25).

وأظهر تقرير أعده مركز "state of the media" الأمريكي والخاص بشأن الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية، تراجع وسائل الإعلام الورقية والمطبوعة بشكل حاد، وما صاحبها من ارتفاع طفيف في عائدات الصحف الإليكترونية بيد انه ارتفاع ملحوظ (26).

ووفق روبرت ميردوخ الذي يسميه البعض«إمبراطور الإعلام» فإنّ «الصحف الورقية في طريقها إلى الانقراض لتترك الساحة خالية أمام التقنية الرقمية، لكنّها ستحتاج إلى أكثر من خمسة عشر عاماً لتسقط من حسابات القراء». فميردوخ يرى أنّ القارئ في المستقبل لن يحتاج إلى الصحافة المطبوعة، و«سيخضع طواعية لسطوة الإعلام الرقمي، فيحصل على وسيلة محمولة تنقل كامل مضمون الصحيفة الذي يجرى تحديثه كلّ ساعة أو ساعتين على الأكثر». وخلال هذه الفترة، ستتوضّح الصورة ويتبيّن إن كانت الصحافة المطبوعة عصية على الموت بوجود القراء الذين تربطهم علاقة وثيقة بالورق والحبر (27).

وتتوافر للصحافة الإليكترونية حرية "سقفها السماء" لم تمنحها إياها السياسة ولا الديمقراطية ولا الحريات المتاحة للشعوب المتقدمة بل جاءت نتيجة الثورة التكنولوجية في عالم الاتصالات والمعلوماتية .. وهي قائمة بالكامل على هذا المنتج التكنولوجي الحديث وهو الشبكة العنكبوتية – الانترنيت –في الصحافة الإلكترونية يمتلك الصحفي "كاتب المادة" حرية كاملة باختيار ما يريد كتابته وأمامه متسع من الوقت .. حتى يكمل عمله فليس هناك ثمة رئيس تحرير يملي عليه ما يريد ولا رئيس قسم يستعجله كما

في الصحافة الورقية ولا تختلف حرية الناشر –المحرر النهائي – في الصحافة الإليكترونية أو المشرف عليها عن حرية الكاتب أو المحرر الابتدائي ، فليس هناك رقيب يحدد ما ينشر في هذه الصحافة ويحاسب عليه وليس هناك قوانين تفرض على الصحافة الإليكترونية، خصوصاً وأنها تصدر من أي مكان يختاره الناشر وغالباً ما يكون في دول تعطي الصحافة كامل حرية العمل والرأي وبمساحات غير محددة وربما تصدر هذه الصحف من مدن إعلامية أو من مكان خفي كبيت أو شقة أو أي مكان ويمكن أن يحررها صحفيون وكتاب منتشرين في أصقاع العالم المتباعدة , ويتلقها أي إنسان في أي مكان شرط أن تتوفر لديه القدرة على الدخول إلى الإنترنيت والخبرة الأولية في التعامل مع الحاسوب .. ومن هنا تبرز الحرية الكبيرة للصحافة في تجاوز الحدود الجغرافية . وتمتلك الصحافة الإلكترونية كمنتج إعلامي حرية أخرى من نوع أخر مختلف توفرها لها وسائط النقل –الأثير – إضافة لما توفره أدوات الإنتاج والتوزيع التكنولوجية الحديثة .والصحافة الالكترونية أشبه بالشمس أو القمر اللذين يتاح لمن يريد رؤيتهما أينما كان على أن يكون لديه بصر– والبصر هنا– القدرة على الدخول إلى شبكة الإنترنيت . وفي الغالب وضمن الحرية المتاحة نجد الصحافة الإليكترونية تجمع أنواعا عديدة ومختلفة من الكتابات والآراء والمواد يدخل عليها – رجع الصدى –ليضيف لها اختلافا أخر قد يعزز ما هو مكتوب أو يشكك فيه أو ينتقصه .

وإذا كانت المواد المقروءة في الصحافة الإلكترونية هي السمة الغالبة فأنه لا ينبغي تجاوز المسموع والمرئي المسموع في هذه الصحافة إذ نجد في بعض الصحف تسجيلا صوتيا أو فيديو كمادة إعلامية أو مادة تساند في الغالب الموضوع المكتوب وهي بمثابة تأكيد أو إثراء للمادة الصحفية، تماماً كالصورة في كلتا الصحافتين مع أن الصورة تغيب كثيرا في الصحافة الإلكترونية العربية مقارنة بالورقية التي لا تكاد مادة فيها تخلو من الصورة وتنفرد الصحافة الإلكترونية بميزة هامة وهي – رجع الصدى – إذ تترك كل صحيفة نافذة مفتوحة لكتابة التعليقات من قبل القراء على المادة المنشورة . وهنا نستطيع

اعتبار رجع الصدى – ما يكتبه القراء – هو بمثابة امتداد للمادة الصحفية – امتداد كان مبتورا أو يأتي متأخرا في الصحافة الورقية وحتى في المسموع والمرئي المسموع(28).

وتوقع الخبير الإعلامي روس داوسون انقراض الصحافة الورقية، أو على أقل تقدير سوف تفقد قيمتها في المستقبل وبنسب وأطر زمنية متفاوتة، لافتا إلى أن الولايات المتحدة الأميركية هي أول دول العالم ستتحقق فيها هذه النبوءة بحلول العام 2017. أما عربياً، فقد تكهّن روس داوسون بأن دولة الإمارات ستكون من أولى الدول العربية التي ستتخلى فيها الصحافة الورقية التقليدية عن مكانتها لصالح الإلكترونية بحلول العام 2028.

وعزا ذلك إلى حزمة من العوامل أبرزها توسع قاعدة مستخدمي الإنترنت في الدولة مقارنة بعدد السكان فيها، لتتبعها المملكة العربية السعودية بفارق ست سنوات، أي في العام 2034 مستدركا أن الصحافة المطبوعة ستفقد قيمتها وتأخذ طريقها نحو الانقراض الكلي في أغلب دول العالم اعتباراً من العام 2040.

ويرى داوسون الذي كان أول من تنبأ بثورة في شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي في العالم، أن هناك عوامل عدة ستعمل على تحقيق الانسحاب الحتمي للصحافة المطبوعة أهمها التطور التكنولوجي السريع، وتناقص تكلفة الاتصال بشبكة الإنترنت عبر الهواتف النقالة والحواسيب اللوحية ، وزيادة سعة النطاق للشبكة، وتفاقم مشكلات الصحافة التقليدية تحديدا في نواحي الطباعة وتكلفة الإنتاج(29)

وفي دراسة للإتحاد العالمي للصحف فإن ما يزيد على 439 مليون شخص يشتري كل يوم نسخة من المطبوعات اليومية البالغ عددها 7700 على مستوى العالم، ويقدر عدد جمهور القراء بما يزيد على مليار شخص يوميا. وتشير الدراسة أن جمهور الصحف المنشورة على مواقع شبكة الإنترنت زاد بنسبة 200% خلال الأعوام الخمسة الماضية.

وربما من المهم الاعتراف بأن الصحافة الورقية قد شهدت تراجعا نسبيا في عدد القراء وفي حجم مبيعاتها وخاصة في الغرب نظرا لتزايد أعداد مستخدمي الشبكة العنكبوتية نظرا لسهولة الحصول على الأجهزة والاتصال بالفضاء فقد شهد العامين الماضيين اتساعا في ظاهرة الاستخدام الإلكتروني في مجال الصحافة والمعلومات على المستوى العالمي، كما أن الأزمة المالية (الاقتصادية) العالمية سيطرت على معظم النشاطات الاقتصادية في العالم، وامتدت تأثيراتها إلى أوروبا وروسيا واليابان واندونيسيا و كوريا ومصر ودول الخليج العربي وبلدان أخرى.

وما من شك أن هذه الأزمة عكست تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة على معظم دول العالم وان بدرجات متفاوتة، و صناعة الورق في العالم، شأنها شأن العديد من الصناعات الرأسمالية، شهدت خلال العام الماضي حالة من الركود السريع، متأثرة بالأزمة المالية العالمية وإغلاق العديد من الصحف وتراجع حجم مبيعات البعض الآخر، مما اضطر العديد من المصانع المنتجة إلى الإغلاق، وتأثير ذلك على تجارة الورق، حيث تعرضت لتذبذبات صعودا وهبوطا ففي نهاية العام 2008 شهد سوق الورق ارتفاعا ملحوظا، ووصل سعر الطن إلى 1050 دولارا، مقابل مابين 850 – 900 دولار في العام الذي سبقه(30).

ويشير تقرير صدر في دبي، أن الأزمة المالية العالمية تسببت بإغلاق 121 وسيلة إعلام، بينها ثلاث صحف يومية و103 مجلات، إلا أن التقرير أشار إلى أن عددا كبيرا من المجلات علقت الصدور مؤقتا لحين تجاوز الأزمة.

ويتنأول التقرير فترة التسعة شهور التي تبدأ في أيلول 2008 عندما بدأت الأزمة العالمية، وحتى نهاية حزيران من العام الذي يليه،. وخلال الفترة المشار إليها توقفت ثلاث صحف عربية موزعة بين الكويت والجزائر ومصر، مقابل تعليق العمل في صحيفتين في كل من السعودية وتونس.

أما المجلات فتوقفت 103 مجلات عن الصدور ، منها 52 مجلة توقفت تماما عن الصدور ، مقابل 48 مجلة علقت صدورها بشكل مؤقت، فيما استغنت ثلاثة إصدارات عن الطباعة الورقية واكتفت بالتحول التام إلى موقع إلكتروني.

وتفيد الأرقام بتدني أرقام مبيعات الصحف في الدول الغربية ففي الولايات المتحدة الأمريكية انخفض حجم المبيعات7% (31) غير أن أرقام التوزيع العربية لا تزال متضاربة. ففيما يشير الإصدار الثاني لتقرير نادي دبي للصحافة الصادر مؤخرا إلى ارتفاع توزيع الصحف العربية (في مصر مثلا ارتفعت 4% حيث قدرت مبيعات الصحف المصرية في عام 2008 م بنحو 54,3 ملايين نسخة) فيما يشير الصحفيون المصريون إلى أن المبيعات أقل من ذلك بكثير. مما يعطي الدليل على إشكالية أرقام التوزيع العربية.

لكن التراجع الذي شهدته الصحف الورقية الغربية لا ينطبق دائما على توزيع الصحف العربية لأسباب عديدة؛ منها الأمية التقنية وضعف البنية الاتصالية التحتية في الدول العربية مما حال ويحول على المدى القريب دون أن يصبح الإنترنت وسيلة الإعلام الوحيدة .

ومن الصعوبة بمكان أن تجد تقريرا يتحدث عن مبيعات الصحف الورقية في الأردن حيث تعتبر الصحف الورقية بأن أرقام المبيعات هو سر من الأسرار الذي يجب أن لا تبوح به أو تعلن عنه إدارات الصحف لكنها في كثير من الأحيان تعرض أرقاما تقديرية وهذه الأرقام تؤكد التراجع الواضح في عدد النسخ المطبوعة من الصحف الورقية كما هو الحال في مبيعات صحيفة الرأي والدستور والغد وصحيفة العرب اليوم التي توقفت مؤقتا عن الصدور بسبب الخسائر المالية المتراكمة التي منيت بها (32)

الخاتمة

تعاني الصحف الورقية في الأردن من تراجع واضح في المبيعات وانخفاض الأرباح والمبيعات بسبب المنافسة الشرسة من قبل الصحف الالكترونية التي تميزت بسرعتها في نقل الخبر وسقف الحرية

المرتفع وقدرتها على الوصول إلى الجمهور في مختلف المواقع وقد ظهرت أزمة الصحف الأردنية جلية في عام 2014 عندما أغلقت صحيفة العرب اليوم أبوابها مؤقتا بسبب الخسائر المتتالية التي منيت بها في حين خفضت صحيفة الرأي من النسخ المطبوعة بسبب تراجع الأرباح ولحقت بها جريدة الدستور في حين لم تعلن صحيفة الغد المملوكة للناشر محمد عليان عن أية خسائر وهذه الصحف هي الصحف الأربع اليومية الرئيسة في الأردن في حين يتواجد على الساحة الإعلامية صحف يومية أخرى مثل السبيل والديار والأنباط وهي مؤسسات صغيرة في حين أن الصحف الأسبوعية استسلمت مبكرا للمرحلة الرقمية وأغلقت أبوابها لعدم قدرتها على الاستمرار في ضوء تفوق الصحف الالكترونية عليها، فمستقبل الصحف الورقية في الأردن مرتبط بمستقبل الصحف الورقية في العالم اجمع التي شهدت تراجعا واضحا وملموسا في المبيعات وأغلقت الكثير من الصحف أبوابها بسبب المنافسة المحمومة مع المواقع الإليكترونية الإخبارية لذلك **تقترح هذه الدراسة:**

1- ضرورة تطوير الصحف اليومية من حيث أدائها ورفع كفاءتها في تناول القضايا والأحداث من حيث اللجوء إلى الصحافة الاستقصائية والتفسيرية وعدم الاعتماد على نقل الأخبار.

2- البحث عن مصادر جديدة للتمويل غير المبيعات وذلك من خلال تطوير مواقعها الالكترونية والاعتماد على الإعلانات الالكترونية والمبيعات عبر الانترنت.

3- ينبغي على الحكومات المتعاقبة ضمان استمرارية الصحف الورقية من خلال تحمل مسؤوليتها الأخلاقية اتجاهها وخاصة (الرأي والدستور) كون مساهميهما الرئيسيين من جهات ذات منفعة عامة" مؤسسة الضمان الاجتماعي"، وذلك تقديرا للدور الوطني الذي تقوم به الصحف اليومية الورقية في تغطية الخبر الرسمي وخوض معارك الوطن الإعلامية بالنيابة عن الدولة.

4- يجب أن تتبنى الحكومة ضمن إستراتيجيتها الإعلامية، سياسة حكومية واضحة لدعم قطاع صناعة الإعلام بهدف التقليل من كلفته التشغيلية، للنهوض بهذا القطاع والتقليل من خطورة انهياره، وذلك على

غرار تعامل الحكومة مع الأحزاب الأردنية التي تحظى بدعم مالي مباشر بقيمة (50 ألف دينار سنويا لكل حزب مرخص) بهدف تنمية الحياة السياسية الحزبية في الأردن .

وعلى الرغم من أن القطاع الصحفي هو قطاع سيادي وله حق في الدعم الحكومي، إلا أننا لا نتحدث هنا عن دعم مالي مباشر للصحف، حيث أن هذه القضية حساسة وستجد معارضين لها في ظل المطالبة بكف اليد الحكومية عن الصحافة برمتها لضمان استقلاليتها.

5. إنشاء "صندوق إنقاذ وطني لدعم الصحافة الورقية" تكون الحكومة والقطاع الخاص جزءا منه ضمن ضوابط تكفل عدم تدخل حكومي في إدارة المنتج الإعلامي، وذلك من أجل توفير سيولة نقدية عاجلة لمواجهة المتطلبات المالية الآنية والضرورية وخاصة رواتب العاملين.

المصادر والمراجع :-

1-http://www.dpp.gov.jo/

2-https://addustour.com/16916

3-http://www.addustour.com/17541

4-سمير الحياري ، مقابلة

5-http://www.alexa.com/

6- الخضري ، ماجد ، الإعلام والربيع العربي ، دار الخزائن للنشر والتوزيع ؛ عمان ، 2014م

7- http://volt.jo

8- مرجع سابق ، جريدة الدستور ، عدد يوم 5-4-2015

9- الموسى ، عصام ، تاريخ الأردن في القرن العشرين ، 1988 ، الأردن ،مكتبة المحتسب .

10- باسم إبراهيم سكجها, صحافة ولكن, مكتبة المؤسسة الصحفية الأردنية (الرأي), 1999.

11- – الشريف ، محمود ، رؤى حول الصحافة والإعلام، مطابع الدستور التجارية، عمان، 2004.

12- الخضري ، ماجد وآخرون ، مبادئ في علم الاتصال ، دار الخزائن ، عمان ،2011م

13- الخضري ، ماجد ، مرجع سابق

14- نبيل حداد, نبيل ، الصحافة في الأردن : قراءة في تجربة جمعة حماد, مؤسسة عمون للدراسات ، عمان ،2004 .

15- جوده ناصر ، الإعلام وحرية التعبير ، عقد من الديمقراطية في الأردن ، مركز الأردن الجديد

16- دهيسات ، هايل وآخرون ، التربية الوطنية ، دار المسيرة، عمان ،2011م

17- http://jts.org.jo/index.php/ar

18- الموقع الإلكتروني لدائرة المطبوعات والنشر ، مرجع سابق

19- صحيفة الرأي ، عدد يوم 1-9-2015

20- مرجع سابق ، موقع الرأي الالكتروني

21- موقع صحيفة الدستور الالكتروني "

22- الموقع الالكتروني لصحيفة الغد

23- http://www.inseadknowledge.ae/articles/Is_there_hope_for_the_newspaper_industry.cfm)

24- http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=362674

25- (لن تموت الصحافة .. عبد الرحمن الراشد ، جريدة الشرق الأوسط ، العدد 11509 الصادر في 2 يونيو 2010)

26- http://www1.el-balad.com/1636808

27- http://www.langue-arabe.fr/spip.php?article1779

28- http://www.startimes.com/f.aspx?t=35094276

29- http://www.alittihad.ae/details.php?id=45109&y=2014

30- http://sites.email-soft.com/alraiasp/User_Site/Site/View_Articlear

31- الشرق الأوسط 29 أبريل 2009

32- http://alghad.com/articles/859620

صحافة المواطن بين التفاعلية والإحترافية

أ.مناد بوشفرة سليمة

كلية العلوم الإجتماعية لجامعة مستغانم، الجزائر

مقدمة:

تعد الأنترنت المظهر الأكثر تجليا لتكنولوجيا الإعلام والإتصال، وبمجرد الحديث عن هذه التكنولوجيا تذكر شبكة الأنترنيت في المقام الأول كوسيلة إتصالية جديدة، أفرزت نمطا إتصاليا قائما على التفاعلية بين أطراف العملية الإتصالية، فالنمط التقليدي كان مرتكزا على سلطة المرسل والتدفق العمودي للمعلومات مع إقصاء شبه كلي للمتلقي، الذي لم يعد إلا وعاءا لتلقي هذه الرسائل ولكن مع الطفرة التكنولوجية التي عرفتها المجتمعات أصبح المتلقي عنصرا فعالا وإيجابيا في نفس الوقت ومنتجا للمضامين الإعلامية، وتحققت بذلك الوظيفة التبادلية والتفاعلية وأصبحت المعلومات تتحرك في حلقة دائرية أساسها الحوار والتفاعل مما أدى إلى تشكل الفضاء العمومي الإلكتروني وأصبح الفرد مواطنا عالميا ورقميا في آن واحد.

استطاعت الأنترنيت بالفعل في خلال سنوات قليلة أن تكون الأداة التي وحدت وقربت بين كل أقطار العالم، ليس المقصود بذلك ما هو ايديولوجي أو سياسي لأن العالم بالطبع لا يزال يشهد لا توازن وتشتت والدليل على ذلك الحروب والصراعات بل قصدنا بذلك أن الأنترنيت جعلت العالم كله متواصل في شبكة واحدة حيث اختزلت الجغرافيا وتم وضع حد لعوائق الحدود الإقليمية والوطنية التي كانت مطروحة سابقا، ومع ظهور النشر الإلكتروني باستخدام المدونات الإلكترونية وشبكات التواصل الإجتماعي أعاد المواطن الصحفي في ظل المجتمع الشبكي صياغة علاقته مع المضامين الإعلامية

وكيفية إنتاجها. إن تسلح أي مواطن بمجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة (كاميرا رقمية، آلة تصوير رقمية، حاسوب محمول، هاتف نقال عالى الجودة...) يمكنه أن يحوله إلى "صحفي" يساهم في نقل الوقائع التي شهدها وتمكن من توثيقها بواسطة ما يمتلك من تقنية رقمية بسيطة بفضل الفرص التي يتيحها لهم " إعلام المواطن"le journalism citoyen ، هذا المفهوم الأخير والذي يعتمد على المرونة والسرعة في نقل الأخبار وصياغتها بأسلوب بسيط يساهم في تحقيق خاصية التفاعلية، يعتبر نتيجة شبه حتمية فرضها الواقع للإنفجار الهائل في المعلومات بفعل الأنترنيت جاء كتيار نقدي للإعلام الكلاسيكي التقليدي المرتكز أساسا على مفهوم "القائم بالإتصال" والذي يعتمد على أبجديات خاصة به في الصناعة الإعلامية تحتكم إلى فنيات التحرير الصحفي الذي ينشد المصداقية والإحترافية في نقل الوقائع والأحداث .

إن ما أفرزته الأحداث الراهنة على جميع الأصعدة يحتاج للدراسة والتمحيص في أسبابها ونتائجها وما المجال الإعلامي واحد من هذه المجالات التي تستحق الدراسة والإهتمام، فعلى سبيل المثال لا الحصر لقد كان "الإعلام المواطن" السطوة العليا في نقل الوقائع لأحداث الربيع العربي في وقت لم تستطع كبريات وسائل الإعلام بترسانتها الضخمة الوصول لموقع الحدث، ولكن ما يعاب على "صحافة المواطن" هو عدم احترافيتها في تسجيل الوقائع والمبالغة في بعض الأحيان مما يفقدها مصداقيتها رغم تميزها بالسرعة وتحقيق التفاعل مع المتلقين دون وسيط. أمام هذا التناقض الظاهري لهذين التيارين، تطرح عدة تساؤلات تبحث عن اجابات لها وأهمها: هل سيتمكن الإعلام التقليدي من المحافظة على مكانته أمام ما يعرف بـ "صحافة المواطن" ؟ هل يعتبر "إعلام المواطن" بايجابياته ونقائصه البديل الحقيقي والقادر على تعويض الترسانة الإعلامية التقليدية ؟ ألا يمكن نسج علاقة تكامل بين الإعلام التقليدي و"صحافة المواطن" إن صح التعبير ؟ ما هي السبل والأساليب التي تمكن "صحافة المواطن" من الرفع من فاعليته وتعزيز مصداقيته لدى جمهوره ؟ هذه التساؤلات وغيرها

التي سنحاول تسليط الضوء على "صحافة المواطن" في المنظومة الإعلامية وكيفية اشتغالها وانشغلاتها وثنائية التفاعلية والإحترافية.

سنعتمد في تحليلنا لوقتنا البحثية هته على المقاربة الإتصالية، والتي ترتكز على البحث في الظواهر بالإعتماد على شبكة من المفاهيم. و"تتم بمقاربة الظاهر بشكل جزئي وكلي في نفس الوقت... فينظر الباحث إلى هذه التملكات الإجتماعية لتكنولوجيات الإتصال في علاقتها المتحركة بصيرورات التواصل الإجتماعية، وأشكالها، وفاعليها داخل مجتمع ما"[205]

<u>قراءات في مفهوم صحافة المواطن :</u> تعتبر صحافة المواطن "إعلاما بديلا" فرض نفسه وأصبح تشاركي وتبادلي يكمل الإعلام التقليدي الذي يستعين به لما له من خصوصيات يتمتع بها. بإمكان صحافة تسليط الضوء على فضاءات، أحداث بفضل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال قد لا يصل إليها الإعلام التقليدي. فيما اتجاه آخر يختزل "صحافة المواطن" بصحافة الرأي، تخول للمتلقي النشط إيصال ما شاهد أو سمع بكل حرية بعيدا عن حارس البوابة... لتقرب المسافات في زمن الحداثة[206].

إن اللامركزية الإعلامية التي فرضتها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال بمسمى صحافة المواطن، قد أعطت للعمل الإعلامي صيغة التعدد والإختلاف، على حساب العمل الإعلامي المنمط. التي تبلور منها تيار جديد ألا وهو الإعلام الجديد. حيث أصبح بإمكان المواطن (المتلقي النشيط récepteur actif) أن يقدم ويعدل ويضيف تفاصيل في الخبر المنشور عبر النت. حيث تحولت صحافة المواطن

---

[205] شوقي العلوي، "رهانات الإنترنيت" بيروت: دار مجد للنشر، 2006

[206] CATHELAT, Bernard et Foresse, *De l'homo sapiens à l'homme interactif*, Paris, Denoël, 1998, p 14. ترجم بتصرف

إلى فعل جماعي تشاركي، الكل يساهم فيه من موقعه وأفكاره. مما أدى إلى إعادة النظر في المنظومة الإعلامية والممارسة الإعلامية لتفسح المجال "لصحافة المواطن" نمط قائم على التشارك، فهل سيدفع هذا بالنمط التقليدي إلى الهامش، أم أنه سيتخذ "صيغة هجينة"[207] تآلفية تجمع بين أفضل ما في الطرفين ؟

إن براديجما جديدة nouveau paradigme قد فرض نفسه في مجالات وحقول علوم الإنسان والمجتمع... ويتجسم هذا النمط الجديد في التفكير والتحليل والإحاطة بالظواهر في مفهوم الشبكة.

يشرح الباحث الإجتماعي manuel castells مانويل كاستيل، مسألة بروز مجتمع الشبكات société en réseaux عبر تفاعل ظاهرتين وهما :

1. روح الحرية لبناء علاقات إجتماعية مرنة وتفاعلية.

2. ثورة تكنولوجية

صحافة المواطن مصطلح إعلامي وإتصالي في نفس الوقت، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي. وتشخص صحافة المواطن عند البعض على أنها إعلام المواطن،

وعند مجموعة أخرى الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو أيضا التعاضدي، وعند آخرين الإعلام البديل أو الصحافة المدنية[208]. إذن فنحن أمام إنفجار مصطلحي يصعب حصر تمثلاته ورواده، وتحديد أدبياته. لكن أمام هذه التداخل في المصطلحات فإننا نلاحظ إجماعا على تبنى مرجعيات مصطلح "صحافة المواطن" وهو المصطلح الأكثر حضورا في أدبيات الأطراف النشطة في هذا المجال وتوافق ضمني على دلالة هذه المفردة الجديدة في قاموس الإعلام والإتصال والتي يمكن حصرها في إعتمادها على :

---

[207] الصادق رابح، "إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات"،المجلة العربية لعلوم الإعلام والإتصال، العدد 06 سنة الصدور 2010 ص 226

[208] http://jamelzran.arabblogs.com/archive/2009/12/978946.html

- شبكة الإنترنت كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي.

- تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية.

- إعتبار مخرجات صحافة المواطن إمتدادا لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة البديلة.

ظهور صحافة المواطن باسم عولمة الإتصال: هذه الصحافة ميزتها أنها تنمط الأذواق والتفضيلات والإتجاهات مما يتمخض عن ذلك رؤية جديدة للإعلام والإتصال. نظرة جديدة للعالم، للفضاء العام والفضاء الخاص. تتميز بالآنية instantaneité، التفاعل intéraction، قلة الرقابة pas de scensure، الذكاء intelligibilité.

وسائل الإعلام التقليدية تحدد المسائل بشكل منمط والمتلقين لرسائلهم مدعوون لتحديد أنفسهم، ولتصور آليات القرار السياسي هته الآليات تعمل لخدمة الأنظمة القائمة. في حين أن صحافة المواطن أعادت تشكيل نمط اتصالي جديد يرتكز على فتح المجال للمتلقي بالتفاعل مع الأحداث، القرارات التي غالبا ما لا تخدم الأنظمة : وساعدت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال في ذلك مع ما قدمته في شاشات التلفزيون من خدمات : مثل تقنية "أنا أرى" على قناة العربية، وخدمة "أنا الشاهد" على قناة BBC البريطانية الناطقة باللغة العربية، وتقنية "المراقبون" على قناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية. ضف إلى ذلك الحصص الحوارية باستضافة ضيوف، أو تسليط الضوء على أحداث في مناطق حساسة، وحرجة أو التي يستحيل الوصل إليها في بعض الأحيان باستخدام "سكايب"، الفيديوهات الآني، تحت مسمى تصوير هاوي.

"إن مقدرة المتلقي على التفاعل مع الرسالة الإعلامية تحدد الدور الذي يمكن أن تؤديه عملية الإتصال... حيث تستمد قوتها من المجتمع، والمناخ الفكري والثقافي"[209]. فالغلق الإعلامي، أو التضييق الإعلامي

---

[209] Jean Banchi et Henri Bourgeois, «les medias coté public, le jeu de la réception», paris. De centurion, 1992, p57

في المجتمعات العربية ترك الفرصة لنشطاء شبكات التواصل الإجتماعي مثل الفيسبوك، تويتر، لإعتماد إعلام جديد هم (الناشطين في صحافة المواطن) ينمطونه ويحددون دلالته.

<u>شبكات التواصل الإجتماعي في مواجهة الإعلام التقليدي:</u> بفضل شبكات التواصل الإجتماعي تزداد يوما عن يوم قدرة المواطنين على التخلص من استبداد القنوات التلفزيونية والجرائد الورقية الخاضعة لسلطة المال والأعمال.

ففي هذا الفضاء الإتصالي مساحة الحرية تتسع وتتعمق وقنوات التواصل تتنوع. لقد انتقلت سلطة الإعلاميين إلى المعلنين ثم إلى شبكات التواصل الإجتماعي. إذا كانت الصحافة بصفة عامة قد شكلت في الماضي ما سمي بالسلطة الرابعة، بفضل تأثيراتها في مختلف المجالات و لاسيما السياسية منها، فإن العديد من الباحثين يعتبرون صحافة المواطن كسلطة خامسة، نظرا لتأثيرها المتعاظم في شتى الميادين لمختلف البلدان، لأنها تتيح ليس فقط للصحفيين فرصة نشر ما هو ممنوع و ما قد يضايق السلطة والنظام القائم، بل تتيح أيضا للأفراد و المواطنين العاديين- بما فيهم أولئك الذين يمثلون الشرائح المهمشة وغير الممثلة في المجتمع- إمكانية التعبير بحرية عن انشغالاتهم[210] : مثل ما حدث مع إقالة الموظفة بالخطوط الجوية الجزائرية في مطار وهران بعد نشر فيديو تحت مسمى (أنا ديسديت) على مختلف شبكات التواصل الإجتماعي، ونفس الأمر تكرر مع إقالة وزير الصحة الجزائري لمدير الصحة بولاية قسنطينة بعدما تداول مجموعة من النشطاء الفيسبوكيين على حسابتهم الشخصية ما عرف بفضيحة مصلحة الولادة بمستشفى قسنطينة. كما ظهر تأثير صحافة المواطن في تغيير القرارات ومجريات الأحداث من خلال الحملة التي شنها النشطاء في الفيسبوك ضد قدوم المغني "sean paul" ذو الأصول اليهودية قبيل قدومه للجزائر من أجل تنشيط حفل غنائي، وهذا ما دفع القائمين على الحفل إلى الرضوخ لرأي الجمهور.

[210] إبراهيم بعزيز، "صحافة المواطن، السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية، 2012م، (http://brahimsearch.unblog.fr)

ولكن رغم ذلك فإن صحافة المواطن لا يمكن التحكم فيها و مراقبتها كما هو عليه الأمر مع الصحافة التقليدية، لأنه حتى و إن تم حجب موقع أو مدونة في بلد معين و منعه من النشر ، فإن التقنيات الحديثة تتيح إمكانية بث الموقع من بلد أخر أو في موقع الكتروني آخر.

صحافة المواطن وسلوكيات الجمهور المتلقي: إن التغييرات الهامة في سلوكيات الجمهور المتلقي، تفترض للحفاظ عليه، ضرورة إعادة تشكيل جذري للساحة المعلوماتية. وذلك بالإسراع في التطور والمواكبة للحفاظ على جمهور بات أكثر تطلبا، وضرورة مسايرة ممارسات جديدة تساهم في تغيير النماذج الكلاسيكية للإتصال.

وهذا مع ظهور نموذج تواصلي جديد دائري أي مفهوم الحركة الدوارنية للمعلومة[211] لـ "« P.Bourdieu»

صحافة المواطن: انشغالاتها واشتغالاتها: لقد افرزت الممارسات الإجتماعية في مجال النشر الشخصي والتواصل الإلكتروني جملة من القواعد يلتزم بها الأشخاص عندما يتحاورون في فضاء الدردشة أو منتدى للنقاش، كما أن للصفحة الشخصية أو المدونة قواعد متعارف عليها، تفرضها سلطة متعالية بل صاغها المستخدمون مما أدى إلى تشكيل نوع من ثقافة المستخدم الإلكتروني. ليتفاعل مع الآخر في سرورة يضبطها نظام وذلك لإنتاج تفاعل (e.goffman).

من أهم المفاهيم التي رصدناها في دراستنا هذه المعتمدة على التفاعلية في الفضاء الإلكتروني لصحافة المواطن la face[212] "هي جل السلوكات التي يلتزم بها في الشخص في اتصاله مع الآخر حسب الباحث إريك قوفمان، فهي حسب تعريفه قيمة إجتماعية ايجابية لها هدف معين"

---

[211] Pierre Bourdieu, « Sur la Télévision, suivi de l'emprise du journalisme», Paris : Raisons D'Agir Editions, 1996, p22.ترجم بتصرف

[212] E. Goffman, « la mise en scène de la vie », quotidienne tome2- paris, édition minuit,1973, p35 . ترجم بتصرف

ومن بين مفاهيم نظرية قوفمان نجد مصطلح les signes du lien: وهي كل ما يدل عن صلة التي تحدد في العلاقة، او الرغبة في تصفح تلك الصفحات الفيسبوكية، بمقتضى الإهتمام، العرف، النسب، الفضاء، الهوية، والرأي المشترك ...

في: السعي إلى إعطاء الصورة الحقيقة للقضية المراد ايصالها في حين الإعلام الرسمي لا يستطيع بثه نظرا لمعوقات العمل الصحفي... أكثر دقة، سرعة، فهم باستخدام لغة الشعب... ومصداقيتها وذلك بالصدى التي تجنيه في تغير حول أي قضية ما. ونذكر على سبيل المثال ازدواجية المسميات حيث نجد أن تنظيم إرهابي أطلق على نفسه اسم "داعش" وتم تداول هذا الإسم في الإعلام التقليدي والذي يعني الدولة الإسلامية في العراق والشام، وبالمقابل نجد دولة فلسطين يشار إليها في المعالجات الإعلامية بالسلطة بدل الدولة الفلسطينية، هذا الأمر الذي استثمرته صحافة المواطن في استقطاب الرأي العام لصالحها، وهذا عبر الإشارة إلى الأحداث بمسمياتها الحقيقية وهذا ما يتجسد في حملات التضامن مع الدولة الفلسطينية وتحت شعار "كل فلسطين" ضف إلى ذلك علم دولة فلسطين في الصور البروفايل وغلاف الصفحات الفيسبوكية.

التبادل التأكيدي échange confirmatifs ؟ من مفاهيم التفاعلية الرمزية باسقاطها على صحافة المواطن تفاعل المتلقي يعتبر فضاء خصب. التفاعل في أشكاله المختلفة: لتأكيد وتشجيع هذا النوع من الصحافة، بمشاركة الجمهور المتلقي عن طريق التعليقات التي يكتبها المواطن، الصور التي يلتقطها الأشخاص بكاميرات هواتفهم الجوالة، الأخبار المحلية التي يكتبها الشخص على صفحته تخص المجتمع الذي يعيش فيه مثل أخبار ولاية مستغانم مع قويدر أوهيب في صفحة الفيسبوك. المواقع الإذاعية والقنوات التلفزيونية الشخصية على اليوتيوب مثل قناة الفنان "لطفي دوبل كانو"

فالتفاعل في النظام الإفتراضي تضبطه قواعد على أساسها ينتج تفاعل أم لا،وذلك وفق السلوكيات التالية:

1. عدد المتصفحين لصفحات الفيسبوك.

2. عدد علامات الإعجاب "j'aime" أو "like" على أحد المنشورات في شبكات التواصل الإجتماعي

3. عدد التحميلات لمقاطع الفيديوهات خاصة على موقع اليوتيوب.

أهم الإستنتاجات : أفرزت صحافة المواطن بعض الخصائص المتعلقة بالمتلقي حيث :

لم يعد المتلقي يقرأ ما يحدده له الصحفي، وإنما في ظل تكنولوجيات الإعلام والإتصال تجاوز المتلقي النشط الصحفي في عملية البحث عن المعلومات والأخبار، هو الذي ينتقي ما يقرا من مضامين، ويتحكم في التصفح والإبحار.

لم يعد مستقبلا فقط وإنما أصبح مرسلا ومستقبلا في آن واحد.

بالرغم من المزايا التي تحققها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال إلا أنها تطرح تساؤلات تتعلق بأثرها على أسس ومبادئ أخلاقيات الممارسة الإعلامية (ليس بالضرورة الإحترافية منها). تساؤلات تتعلق بالسلوكيات التي أفرزتها من خلال الممارسات المتطرفة لبعض ما بث من فيديوهات دعائية لتنظيمات متطرفة (جبهة النصرة، تنظيم داعش، القاعدة، القاعدة في المغرب الإسلامي) التي شوهت من صورة والمقامة التي سعت وتسعى لها صحافة المواطن لخدمة المواطن.

صحافة المواطن تميزت عن التقليد الأدبي للإعلام التقليدي، واستبدلته برؤية جديدة، تساير عصر السرعة متخطية بذلك كل القيود... (من رقابة وأخلاقيات) فانساقت في تلك السيرورة التي تظهر أن المعاني هي بناءات إجتماعية تعتمد على الواقع المعاش.

قائمة المراجع :

1. *De l'homo sapiens à l'homme* ,CATHELAT, Bernard et Foresse *interactif*, Paris, Denoël, 1998,

2. Eric. Goffman, « la mise en scène de la vie », quotidienne tome2- paris, édition minuit, 1973, p35.

3. http://jamelzran.arabblogs.com/archive/2009/12/978946.html

4. Jean Banchi et Henri Bourgeois, «les medias coté public, le jeu de la réception», paris. De centurion, 1992

5. Pierre Bourdieu, « Sur la Télévision, suivi de l'emprise du journalisme», Paris : Raisons D'Agir Editions, 1996

6. إبراهيم بعزيز، "صحافة المواطن، السلطة الخامسة التي أصبحت تهدد الأنظمة الشمولية، 2012م، (http://brahimsearch.unblog.fr)

7. شوقي العلوي، "رهانات الإنترنيت" بيروت: دار مجد للنشر، 2006

8. الصادق رابح، "إعلام المواطن: بحث في المفهوم والمقاربات"،المجلة العربية لعلوم الإعلام والإتصال، العدد 06 سنة الصدور 2010.

تفاعلات اللغة الإعلامية في التحليل الوظيفي لنسق المؤسسة الإعلامية العربية

د. إسماعيل نوري الربيعي

الجامعة الأهلية – مملكة البحرين

(اللغة التي لا تملك بعدا حواريا، هي لغة سلطوية) باختين

فرضية القراءة

دفق المعلومات الذي يعيشه العالم اليوم ، و التطور الهائل في وسائط الاتصال ، جعل من حقل الإعلام في أشد حالات الاستنفار و التداعي . لم يعد من المجدي الحديث عن فصل أو تضافر أو حتى دور خاص لصحيفة أو قناة تلفزيونية أو محطة إذاعية ؟! لا سيما و أن التقنيات و البرمجيات قد تضافرت الجهود فيها ، حتى أفرزت خلطة شديدة التعقيد من الأوضاع الاتصالية المربكة و التي تحتاج إلى إعادة تأويل و تفسير . بل أن الأوضاع الحاكمة تجعل منا في أشد أحوال الحاجة ، إلى إعادة إنتاج مقولات **المنهجية البنيوية Structuralism** تلك التي تعطل العمل بها ([213])، و صارت إرثا منهجيا قديما ، فيما ما انفكت الأوضاع التي يعيشها حقل الإعلام في العالم العربي ، في أشد الحاجة إلى البحث في **نسق System** بنية الإعلام العربي الراهن ، حيث أهمية إمعان النظر في العلاقة القائمة بين العناصر التي تشكل بنية الإعلام و أهمية ترصد الأوضاع التي تعيش في ظلها المجمل من الوسائط الاتصالية . أوضاع تستدعي استحضار مفهوم **التزامن Synchrony** ، سعيا نحو البحث عن دالة الأوضاع التي ما انفكت تشير و بجلاء لا يرقى إليه الشك ، حول هذا التكاثر الأميبي لوسائط الاتصال

[213] Denis McQuail (2010) , McQuail's Mass Communication Theory , SAGE , Washington DC , p19.

، و الولادات الانفجارية للعدد المهول من القنوات الفضائية و الصحف([214]) ، حتى غدا الواقع و هو يشير إلى أن كل فرد قد أضحت لديه محطته الفضائية الخاصة به . قنوات لا تعد و لا تحضى جعلت من حقل الإعلام في أشد أحوال التلوث السمعي و البصري و الذوقي و الذهني . فيما أحوال التفكك تتبدى حاضرة على سدة الواقع ، فبقدر ما يتم الإعلان عن الوسائط الجديدة بأعداد كبيرة . يكون الإغلاق و الفشل و قد طال العدد الأكبر منها . أحوال الموت و الولادة لوسائط الاتصال صارت الظاهرة الأهم في عالمنا الراهن . حتى بات الشك يطال المستقر منها .

قضايا القراءة

قضايا مثل الورقي و الإلكتروني تحضر في صميم الصحافة و النشر الكتبي . المتخصص و الترفيهي حيث المشغلات الكامنة لدى القنوات الفضائية ، فيما غدت محطات FM الإذاعية تغطي الأجواء . كل هذا بإزاء الزحف الرقمي للوسائط الاتصالية و التي جعلت من الفضاء العام يحيل إلى أوضاع ؛ احمل و سيلتك الاتصالية و اتبعني؟! الجميع يعيش فورة التواصل و الانغماس في لجة الإفادة القصوى من الثورة المعلوماتية . قنوات و محطات و برامج راح يتم إنتاجها دون رقيب ، و بتمويل قليل أو منعدم الكلفة . الحضور الطاغي لوسائط الاتصال الاجتماعي([215]) **YouTube, Twitter,** , **Facebook** جعل من الجميع يهّب نحو تأبط محموله و السعي نحو إنتاج و إخراج فلمه الوثائقي القصير ، أو حتى فلمه الروائي الطويل . الجميع راح يتقمص دور رئيس التحرير ، إن كان مدّونا ، أو حتى مؤسسا لموقعه الإلكتروني الذي يتخذ ترويسة الصحيفة اليومية أو الأسبوعية . لوثة عارمة تجتاح

---

[214] Joe Khalil, Marwan M. Kraidy (2009) , Arab Television Industries , Palgrave Macmilan ,UK, p 146.

[215] Vijay Mahajan (2012) , The Arab World Unbound: Tapping into the Power of 350 Million Consumers , John Wiley and Sons , p 350.

العالم فيما راحت كبريات المؤسسات الصحفية و الإعلامية تتساقط الواحدة تلو الأخرى ، و تعمد البعض منها إلى إشهار إفلاسها.

إنها الوضعية التي تشير و بمباشرة عالية إلى أحوال **التعاقب Diachronic** ، لا بمعنى البحث عن أحوال التغير و التطور في بنية الإعلام ، بقدر ما تكون القراءة متطلعة نحو ترصد أحوال التصادم و الإرتباك الذي ينال من عناصر البنية الإعلامية **(صحافة ، إذاعة ، قنوات فضائية)** و طريقة حضورها في الراهن المعاش . و التهديدات المباشرة التي راحت تطال مجمل البنية الإعلامية ، إن كان على صعيد **Remote control** و الذي أضحى و كأنه سيف الجلاد المشرع من قبل المشاهد بحق القنوات الفضائية . أو على مستوى التعاطي مع محركات البحث في الإنترنت و تجليات **Google** ، و الخيارات غير المنتهية من المواقع ، تلك التي تغطي الصحف و المحطات و القنوات و المدونات ، حيث العالم الذي يتم اختصاره في حجم الكف . حقل الإعلام برمته و الذي تم وضعه في قمقم الإنترنت ، يحيلنا مباشرة إلى حكاية المارد الذي تم سجنه في المصباح السحري؟! نعم و من دون ريب أن للإعلام بنيته المستقلة و علاقاته الخاصة به ، إلا أن الوعي به و السيطرة على مدركاته يبقى أمرا منوطا بآلياته الداخلية التي تحكم البنية التي يقوم عليها.

إشكاليات القراءة

لا يمكن تحميل اللغة أية لغة قيما معينة ، بقدر ما تقوم اللغة على قواعد و نظام اجتماعي يميزه فروق الاستخدام الفردي . العناية هنا تستقصي الكلي في اللغة على حساب الجزئي. حيث يتوجه التحليل نحو داخل النص ، ممتدا في العمق. سعيا للوقوف السؤال المتعلق بقدرة المؤسسات الإعلامية العربية في تحقيق سلوك تواصلي ، و التفاعل المتحقق بين المرسل و المتلقي. كيف يمكن تمييز أحوال التعاطي مع اللغة ، و هل ثمة شراكة لغوية يمكن تمييزها بين الطرفين **(المرسل و المتلقي)** . أم أن الأمر يقوم على التوجيه و التلقين و تقديم الفرضيات المسبقة حول المتلقي. هل من ممارسة اجتماعية

للغة يمكن ترصدها في النص اللغوي الذي تقدم عليه المؤسسة الإعلامية العربية ، أم أن الأمر يقوم على الجاهز و الثابت و المتحول في تقديم الوجبة الإعلامية . لا سيما و أن ظاهرة طغيان و هيمنة النماذج العليا ، تلك المتمثلة في المؤسسات الإعلامية الشهيرة في العالم ، صارت بمثابة الموئل و المصدر الرئيس في التواصل مع الجمهور.

الحديث عن الممارسة الفعلية يقوم على التساؤل العميق في صلب الممارسة اللغوية ، فهل استطاعت مؤسساتنا الإعلامية العربية ، أن تتعاطى مع اللغة من منطلقات (**الاستدلال ، الإدراك ، التأويل**) . أم أن اللغة وُضعت تحت سياقات الظروف المحيطة ؟ ترى ما هي أحوال المعنى في المؤسسة لا سيما على صعيد (**التكوين و النقل**) للمعاني و العمل على تقديمها للمتلقي ؟ هل ثمة ارتباط بأفعال مأمولة و متوقعة ؟ أم أن الأمر يبقى عالقا في المجمل من الأفعال التي يدرج عليها البشر داخل وسيطهم التداولي و فضائهم الاجتماعي([216]) ، هل ثمة رسالة ترتبط بالفعالية اللغوية العربية داخل المؤسسات الإعلامية ؟

الخطاب Discourse و كما يشير في ذلك Bakhtin ؛ فعل إنساني يعبّر عن منتجه ([217]). من خلال التطلع نحو تمييز مستوى العلاقات مع المحتوى. انطلاقا من توجيه العناية نحو دراسة القيم و الأفكار و الثقافة و الظروف السياسية و الاجتماعية المحيطة . الخطالب هنا يقوم بمنزلة توجيه الجهد نحو تحقيق هدف ، عبر استثمار المضمر و الباطن من الظاهرة .

منهجية القراءة

216 Leonora Leet, Ph.D. (2004), The Universal Kabbalah ,USA, Inner Traditions Bear Company , p 430.

217 Iris Zavala (1992), Colonialism and Culture: Hispanic Modernisms and the Social Imaginary , Indiana University Press , p 56.

تبرز أهمية التحليل الوظيفي للثقافة في تركيزه على القراءة الساعية نحو المستوى التزامني من الظاهرة ، حيث الاهتمام بالظروف الموضوعية ([218]) ، و التطلع نحو ترصد أحوال التناغم بين العناصر التي تؤلف النسق الثقافي ، سعيا في الوقوف على أوضاع التغير ، و الذي يمثل حصيلة التماس مع الثقافات و النماذج الأخرى.

ماهي الحاجات التي تلبيها اللغة الإعلامية ، هل بوصفها أداة للتعبير ، أم هي استجابة للحاجة التي تعن على هذا الوعاء الإعلامي أو ذاك. أين يمكن أن نجد الإجابة في المحتوى الإعلامي ، في المضمون في الرؤية في الرسالة في الهدف؟! التحليل الوظيفي يشير و بمباشرة عالية الوضوح إلى دور الثقافة في تمييز الضرورات التي تحتاجها المؤسسة الإعلامية . الجميع من دون استثناء ، يستطيع أن يحصل على الكادر المدرب و المؤهل لإدارة مؤسسة إعلامية .بل أن المزيد من القناوت الفضائية انخرطت في لعبة و سيلة الإيضاح Legend ، بعد ان وجدت أن الأمر برمته لا يستدعي سوى إحضار فتاة تمتلك مواصفات الإغراء ، لتبدأ لعبة البث الفضائي الترفيهي . و لا يختلف الحال عن القنوات الدينية و التي لم تتوان هي الأخرى عن استحضار نموذج رجل الدين بلوازمه المتعارف عليها ، من أجل اتمام لعبة البث . نعم إنها اللعبة التي تتم ممارستها من خلال تقزيم دور المؤسسة الإعلامية ، و اختصارها في النموذج الجاهز أو الوسيلة الإيضاحية ، في حين أن الدور العميق و الرئيس للمؤسسة الإعلامية إنما يقوم على الضرورة الثقافية القائمة على **الجهد الجماعي** ، تلك الساعية نحو الاستجابة **لحاجات فردية ؟!**

المؤسسة الإعلامية تعد بمثابة المعبّر عن المخيال و الرؤى و التضمينات و التصورات لمجتمع ما . ومن هنا جاءت القنوات الموسمية الشبحية أو الصحف التي تختفي قبل أن تصدر ؟ دون

---

[218] I. C. Jarvie (2013) , The Revolution in Anthropology, Routledge , New York , p 182.

أن يستبان منها ملمح الإنتماء . قد يكون مثل هذا الطرح في زمن العولمة و القرية الكونية مغاليا ، و ربما تعرض لتهمة البعد عن الواقع . إلا أن الوقوف على النماذج الكبرى يكشف لنا عن حضور الإنتماء، و هذا ما يمكن توضيحه في النماذج الأكثر عراقة ؛ BBC و التي ما فتئت تعبر عن بريطانيّة هويتها و يدها و لسانها ، أو النموذج المتأخر كما هي محطة CNN الأمريكية . إنه الحس المرهف الذي تستحضره المؤسسة الإعلامية ، سعيا نحو التاغم مع الثقافة التي تمثلها . حيث التعبير عن الذهنية الخاصة ، و هكذا قيض لتلك المؤسسات إنتاج رسالة إعلامية ذات قابلية على القراءة ، باعتبار تمثلها العميق و الدال و الأصيل لثقافتها . فجاءة عميقة لا يمسها الضرر أو التشوه .

المؤسسة و الوظيفة

أين يمكن تحديد مجال وظيفة المؤسسة الإعلامية ؟ و كيف يمكن الوقوف على مستوى تفاعلاتها على **الصعيد الاجتماعي** ؛ تثمير أو استغلال التجربة الإنسانية ، تحديد أو تشابك التجربة الاجتماعية ، الحقيقة أو الوهم في رصد الحركة الاجتماعية ، التواصل أو القطيعة على صعيد المعرفة ، الارتقاء أم النكوص بالإنسان ، الوضوح أو التعمية في التعاطي مع التجربة الإنسانية . و كيف يمكن تمييز **المستوى السياسي** في تجربة المؤسسات الإعلامية ؛ التعبير عن رسالة أم مجرد التعاطي مع استراتيجيات ، التطلع نحو شرح قضية ، أم مجرد طرح يقوم على السبق الإعلامي ، التوجه نحو إمرار الرسائل و الشفرات و الرسائل أم ممارسة احترافية تقوم على الإيمان بحرية الإعلام و دوره التنويري . التعاطي مع الموضوعات بالخفاء أم بالصراحة و الشفافية . إنها الأسئلة التي تستحضر المجمل من المعطيات المتعلقة بالواقعية و العقلانية و التكتيك و الاستراتيجيات و الممارسات التي تميز تلك المؤسسة الإعلامية عن رصيفاتها الأخريات.

الإعلام بوصفه حقلا

تعيش المؤسسة الإعلامية أحوال الوعي الكامل بأنها ليست الوحيدة العاملة في هذا الحقل ، و من هذا فإنها تسعى نحو استدعاء مستلزمات الحضور ، اعتمادا على محاولة توظيف **المعرفة القوة و الرأسمال** . و هكذا يكون الانخراط في تجليات الصراع بين المؤسسات المنافسة داخل الحقل الواحد ، صراع في ظاهرة يقوم على التميز و الفرادة ، فيما يكشف التجدلي العميق عن التطلع الحثيث نحو السيطرة . سيطرة تسعى نحو تلقف المعنوي و المباشر ، أو بصياغة Pierre Bourdieu الرأسمال الرمزي و المادي ، ([219]) و توظيفه في خدمة الهدف القائم على احتلال المواقع و الحفاظ عليها، فيما يكون التوجه الحثيث نحو ترصد أوضاع التحولات و أهمية الوعي و توجيه المجمل من القدرات و الإمكانات من أجل حفزها و تنميتها بما يتوافق و النقلة التي تحدث على صعيد الواقع الموضوعي.

لا شك أن حقل الإعلام يعيش أحوال التنافس و الصراع و على المستويين الداخلي و الخارجي . لا سيما فيما يتعلق بأحوال العلاقة بين القوى التقليدية ذات السطوة و السيطرة ، تلك التي حصلت عليها بفعل التقادم الزمني و الخبرات المتراكمة ، بإزاء القوى الجديدة الطامحة نحو احتلال موقعها في حقل الإعلام. الصراع و رغم احتدامه لا يخلو من حضور للتوازن بين الطرفين (**القديم و الجديد**) . و هكذا تتبدى أحوال تقاسم الهيمنة و فسح المجال أمام القوى الجديدة ، سعيا نحو التجديد في ظاهره ، إنما في حقيقته يقوم على محاولة أحداث نوع التوافق مع القوى الجديدة و التي تشكل تهديدا حقيقيا لسطوة القوى المكرسة .هذا الواقع يتكشف عن إنتاج المزيد من العلاقات الجديدة ، تقع اللغة ضمن سلم الأولويات لا سيما و أن المواجهة تقوم على أحوال محاولة تقديم النموذج الثقافي . القوى لتقليدية تمنح الفرصة من أجل الوعي بالديمومة و التواصل من خلال القوى الجديدة ، فيما تتطلع القوى

[219] Pierre Bourdieu (1977) , Outline of A Theory , Cambridge University Press , Translated by Esquisse D'un, p 159.

الجديدة نحو اهتبال الفرصة و السعي نحو الانخراط العميق في تجليات الحقل ، من خلال استثمار عنصر المبادرة .

الأشكال الثقافية

ثنائية (**الرقيّ و الرثاثة**) باتت تشكل هاجسا شديد الحضور في تفاعلات المؤسسة الإعلامية العربية ، لا سيما على صعيد اللغة المتداولة ([220]). حتى أن التحولات السياسية التي شهدتها المنطقة خلال العشرية الثانية من القرن الواحد و العشرين ، كان لها الأثر البالغ على أنماط التعبير الثقافي لدى المؤسسات الإعلامية العربية بشكل عام. الجانب الأهم يقوم على الفوضى الاتصالية التي أحدثتها الثورة الاتصالية ، حيث باتت ظاهرة تسرب اللغة الرثة متفشية في صلب لغة المؤسسة الإعلامية . صارت الصحف و الفضائيات تحاكي لغة المواقع من خلال الملفوظات و التعبيرات التي كان ينظر إليها في الأمس القريب على أنها لغة سوقية ، يأنف عنها الإعلامي المحترف.

غدت الثقافة التقليدية المكرسة عرضة للهجمة الشرسة الصادرة عن الثقافة العرضية . و أضحى ينحسر دور النخبة بإزاء الحضور الطاغي لثقافة العامة([221]) .فيما راحت المؤسسة و قيمها التقليدية تعاني من توالي الهزات العنيفة ، تلك التي راحت تطال صميم العلاقات المنتجة لقيمها الأصيلة و الراسخة . مؤسسة التعليم حيث المدرسة و الجامعة و الدور المناط بها في إنتاج الثقافة الراقية الرفيعة ، صارت اليوم عرضة لتوجيه الاتهام المباشر تحت دعوى مساهمتها في تكريس أحوال البطالة و تعميق مجال القطيعة بين المثال و الواقع. القنوات الفضائية و حتى المرموق منها صارد يندرج في لعبة كسب المزيد من الجمهور المتابع ، فراحت تنخرط في تقديم و جبات إعلامية تسودها الألفاظ الرثة و المفردات

---

220 Matthew Arnold (2011) , Culture and Anarchy: An Essay in Political and Social Criticism , Cambridge University Press, p 52

221 Richard Hoggart (2009) , The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life , Penguin , Lancaster University , p 82.

و التعبيرات التي تقاطع و التربية السرية ، حتى أن تقليد التحذير بات شائعا ، حول أن البرنامج هذا يحتوى على ألفاظ و تعبيرات لا تناسب الأطفال ومن هم أقل من عمر ستة عشر عاما ؟!

الواقع أن المؤسسة الإعلامية العربية تعيش أعقد تفاصيل حياتها ، لا سيما و أن التداخل في المعاني بات سمة العصر الذي نعيش . تداخل يمكن ترصده في البرامج المنسوخة عن برامج عالمية . و كأن الولاقع العربي قد عجز عن استثارة عقل معّد أو سينارست من ابتكار فكرة برنامج جديد ، لكنها أحوال إعلام الصفقات ، ذلك الذي يتم من خلال تسريب المزيد من القيم و الأفكار و الرؤى و التصورات.

تفاعلات المعنى

في تحديده لعناصر التفاعل ، يتوقف Anthony Giddens ، عند؛ (**المعنى، التمييز الأخلاقي، العلاقة السلطوية**)، ([222]) تمييز لا ينفك عند الإشارة الشديدة الارتباط بنسق التواصل الاجتماعي، حيث العلاقة التلازمية بين طرفين، وما تقوم عليها عملية النقل والمشاركة القائمة بين (**المرسل والمتلقي**) .حيث الرسالة التي تمثل الوسيط القائم بين طرفي العلاقة، سعيا إلى محاولة بلوغ المعنى، حيث القصدية في أقصاها. وعلى الرغم من أن فعالية التواصل تقوم على عملية التنظيم الساعية نحو بلوغ النتائج المرجوة، عبر توجيه الرسالة الصادرة عن المصدر، بغية وصوله إلى النطاق الأوسع من المستقبلين، إلا أن غاية المشاركة تبقى حاضرة ، وبقوة لافتة، باعتبار محاولة الوصول إلى حصد النتائج. فما قيمة الفعالية التي لا تنتج ثمرة ولا تبلغ هدفا. و لكن عن أي معنى يمكن الحديث هنا، هل هو المعنى المطلق باعتبار محاولة الوصول إلى ترسيم معالم التفاهمات و التقمصات التي تصدر عن المرسل، أم هو الفهم المشترك المستند إلى البحث عن الإطار الذي يفعل مجال العلاقة، من دون الوقوع في دوامة

---

[222] Anthony Giddens(1993) , New Rules of Sociological Method, Cambridge University Press.

من الاحتكار أو الوقوع في دائرة الهيمنة والسيطرة وتفريغ الموجهات الذاتية وإقحامها في صلب فعالية التواصل. التمييز الأخلاقي يكون له الأثر الأبرز في تنسيق العمليات، باعتبار أهمية التوافق مع المحيط المألوف Habitus بحسب النحت الاصطلاحي الذي يضعه عالم الاجتماع الفرنسي pierre Bourdieu . حيث الاستعداد والرؤية وطريقة التصرف المتوافقة مع المحيط، وطبيعة التجربة الاجتماعية، والنسق التداولي للغة والكلام. ([223])

الإعلام و تمثّلات اللغة

كيف يمكن للإعلامي أن يتمثل الحدث؟ و بالتالي الوقوف على الصياغة الممكنة، التي تؤهله لبلوغ التواصل مع المتلقي. هل تكفي أحوال الحضور والغياب لموقع الحدث، في الوقوف على التفاصيل المتعلقة بالرسالة الإعلامية. أم أن الخبرة والكفاءة تكون بمثابة البوابة التي تجعل من الإعلامي قادرا على الإمساك بزمام التعميم والتجريد، بما لا يخل وسياق الحدث، باعتبار الوقوف على ترتيب الأحداث وطريقة التقديم والتأخير التي تتعلق ، بشد انتباه الملتقي. وإلا ما الذي يجعل من توجهات المتلقين وقد تركزت عند الصحيفة تلك ، أو الفضائية هذه، أو الموقع الإلكتروني هذا، هل هي مسألة مزاج؟ أو تفسير يتعلق بتوفيق من نوع ما يحصل عليه ، هذا الاسم الإعلامي دونا عن الآخرين، أو تميز تلك المؤسسة الإعلامية، مقارنة بمثيلاتها؟!!!! وما هي الجاذبية التي تحيط بهذا الطرف الذي يبدأ نجمه بالصعود، حتى ليغطي على المجمل من الأنشطة والفعاليات الصادرة والمتفاعلة في الحقل الواحد، ولنا في هذا الإشارة إلى أحوال الانفجار الإعلامي، الذي أنتج ما يزيد على الخمسمائة قناة فضائية عربية، و الآلاف من المواقع الإلكترونية الخبرية، والسيل العارم من المدونات، والصحف و المحطات الإذاعية، وهلم جرا من الطوفان الإعلامي الذي راح يحاصر المتلقي في أشد لحظاته حميمية

---

[223] pierre Bourdieu (1992) , An Invitation to Reflexive Sociology, Chicago University Press.

وخصوصية.([224]) حيث الزحف المحموم للرسائل الاتصالية، والذي راح يتبدى في المزيد من الوسائل المستحدثة والمتجددة ، من رسائل قصيرة على جهاز الهاتف المحمول، و الإيميلات والنشرات الإعلانية، والفلاشات التلفزيونية العملاقة التي تتصدر تقاطعات الشوارع العامة. إنها الزيادات و الإضافات التي تبتكرها الآلة الإعلامية ، سعيا نحو إضفاء المزيد من شرعية الحضور، انطلاقا من موجهات؛ البحث في الأسباب، ومتابعة الأهداف والوقوف على التقويم وحساب النتائج المتواصل، والمستمر و الذي لا يكل ولا يمل.

في بناء المعنى

على الرغم من التباين الواضح في اللغة الإعلامية، التي تميز كل وسيلة إعلامية عن غيرها، باعتبار الاختلاف في الهدف والممارسة والتجربة والتوجه والرؤية. إلا أن القواسم المشتركة في اللغة الإعلامية لا تني تحضر في العناصر الأربعة، تلك التي راحت تتبدى و كأنها البديهيات والمسلمات التي لا يمكن الإفلات من حضوريتها، حيث؛ **(البساطة، الفهم، التوحيد، المشتركات)** . الرسالة الإعلامية تبقى حاضرة وفاعلة من طريقة الاتصال بالمتلقي، انطلاقا من تمثلها للحدث الاجتماعي عبر وسيلة اللغة، الساعية نحو بناء المعنى، بوصفه العمد الرئيس الذي تقوم عليه فعالية الاتصال. المعنى هنا صلة بين طرفين، لا يمكن له أن يبرز و يتمظهر من دون الاعتماد على البساطة، النائي عن التعقيد والتقعير.([225])

ومن هنا فإن اللغة الواضحة والتي تمس لب الموضوع، بعيدا عن المقحمات والاستعراضات البلاغية، أو الإيغال في الاستعارات، واستعراض العضلات اللغوية، أو الإيغال في توظيف الحركات الجسدية أو الالوان أو العلامات، تكون بمثابة البوابة نحو الإمساك بالمعنى، وبالتالي الوقوف على

---

[224] نبيل علي، الثقافة العربية و عصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 2001

[225] كمال الحاج، الإعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، دمشق 2008

اتصال بسيط غير مكلف أو متكلف. فالمتلقي المعاصر في العالم الراهن، صار هو صاحب المبادرة، باعتبار إمساكه الدائم بالروموت والماوس والموبايل. هو الممسك بقرار الاستمرار أو الانتقال إلى الموقع أو الفضائية التي تلبي له رغباته وميوله وتتناغم ومزاجه، وتلبي حاجاته . ومن هنا فإن التطلع نحو الإمساك بالمعاني المشتركة، تكون بمثابة الوظيفة الرئيسة التي على المرسل، أن يسعى نحو حفز فعالياتها، وتطوير المهارات المتعلقة بها، وهذا لا يتم إلا عبر تركيز المرسل على ثنائية (**التفاهم والتفاعل)** . التفاهم على المشتركات الممكنة، و التفاعل في صلب الحدث الاجتماعي، وتمييزه وتقديمه في وجبة غنية تتوافر فيها مجمل الشروط التي تقوم عليها فعالية الفهم.

المسألة لا تتعلق بتهويل أو مبالغة، ولا تركيز على تمويل عملاق، أو تقانة عالية التكاليف، بقدر ما ينطلق من مسار التطلع نحو توحيد الرؤى، عبر البحث في المقتربات القائمة بين المرسل والمتلقي. إنها المرونة التي تتوافر لدى المرسل في الطريقة الممكنة نحو دمج الحدث في صلب السياق الاجتماعي للمتلقي، والسعي نحو تجديد ذلك السياق. عبر التوحد بهموم المتلقي ومشكلاته وأفراحه وأتراحه وقياس مزاجه، ما يغضبه ويستفزه ويريحه ويقلقه. وعلى هذا تبرز طريقة تعاطي المتلقي مع الوسائط الإعلامية، حيث التركيز على نماذج بعينها، والتي عادة ما تفسر انطلاقا من قوة الحضور والجاذبية والأسماء اللامعة و حشد النجوم، لكن الواقع يبقى يقوم على طريقة تعاطي تلك الأوعية الإعلامية مع الحقول الاجتماعية الأخرى ، والتي يتم عبرها تضافر الجهود نحو الاستجابة الحية لمتطلبات المتلقي وتلبية حاجاته الآنية، في فضاء شديد الزحام.

شبكة الممارسة اللغوية

كيف يمكن تمييز العلاقة القائمة بين المرسل و المتلقي؟ هل تقوم الفعالية بناء على الرسالة الصادرة عن المرسل، باعتبار اعتماد الخطاب الخاص المستند إلى تعزيز مسار التوجيه و إحكام السيطرة على عقل المتلقي. أم أن العملية تقوم على البحث عن المعاني المشتركة بين الطرفين. اتجاهان

يحضران في الممارسة التي تميز مجمل النشاط والفاعلية الإعلامية، وما ينجم عنه من متعلقات حول فكرة الحياد المفترض في الوعاء الإعلامي. لكن الواقع يبقى بمثابة الكشف عن المجمل من التحيزات التي تفرضها الأحوال و الأوضاع والمصالح. فما يتبدى في أشد أحوال العافية نظريا، يكون عرضة لتقلبات الواقع الذي يثقل عليه ، ويجعل منه نهبا لتصاريف وتضاعيف شبكة الممارسة. حيث الأصناف المختلفة والمتنوعة ، تلك التي تعلن عن حضورها في صميم الواقع، على الرغم من الجهد الذي يتم بذله في التخطيط والتقويم ومحاولات ترسيم معالم خارطة الطريق للتعامل مع المتلقي.

المرسل والمتلقي، يشكلان مجمل العلاقة العضوية في الحقل الإعلامي. فلا زيادة أو تفضيل في الدور بين الطرفين. وما يتم من تصميم وتحضير للرسالة الإعلامية، إنما يكون منطلقه وقد توقف عند المدركات التي يحددها المحيط المألوف. حيث المعاني التي يتم تداولها وفقا للمواقف المتعلقة بـ؛ (**شخصية أو حدث، أو قضية)** ، عبر واسطة اللغة. تلك التي يكون الهدف الأهم فيها وقد تركز عند المعطيات القائمة على الفهم والتواصل ، حيث التبادلية في أقصاها، فلا يمكن أن تصل الرسالة من دون توافر المتلقي المستعد لاستقبالها، ولا يمكن للغة ما أن تبلغ وتشرح وتوصف من دون أن يكون متلقيا جيدا، قادرا على التمييز ومن هنا، فإن **اللغة الإعلامية؛** (تكون بمثابة الوسيلة التي يتم عبرها تمثيل الواقع بمجمل تفاصيله، وترسيم معالم طريقة التداول للأحداث و والقضايا داخل مجتمع ما، باعتبار بلوغ المعنى الذي يهدف إلى الفهم المشترك بين الأطراف المختلفة).

صياغة الوعي

تأتي الرسالة الإعلامية محملة بالتفاصيل اللغوية حيث الكلام والكتابة وحركات الجسد والألوان و مجمل العلامات الدالة، وما تفرزه من علاقات دلالية بقوام السببية والشرطية والزمنية والإضافة والإسهاب والاستدراك. و الوقوف على العلاقات النحوية بين العبارات، باعتبار العبارات المتناظرة

المستندة إلى عطف عبارة إلى أخرى والعبارات الملحقة بأخرى، والعبارات ذات الوظيفة المباشرة.([226])، كل هذه التفاصيل تتطلع نحو **تجسيد المعنى**، بحساب الوعاء المضموني، السياسي أم التجاري أم الترفيهي إنه المسعى نحو التأثير في القناعات، مهما بلغت من الجدية أو الأهمية، تأثير قد يطال توجيه القناعات نحو تكريس الرغبة في سندويج أو جهاز موبايل أو تي شيرت، ليصل التأثير في صلب الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي. إنها اللغة التي تصاغ من خلالها العبارات التي تخاطب الصغار والمراهقون والشباب والكبار، اللغة التي يتم توظيفها نحو تكريس مجال الهيمنة والسيطرة، الهيمنة التي تتبدى في الأقل كما يشاع، لتصل إلى الأهم. لكن موجهات السيطرة تبقى حاضرة بكل ثقلها، من دون أن تقع في دوامة التمييز بين مهم أو أقل أهمية. اللغة هنا تكون مدارا وخيارا غير قابل للانتقاء ، فهو الوحدة الواحدة، التي يتم عبرها ترسيم معالم الترويج للبضائع والقناعات والأفكار والمثل والعقائد والقيم. إنها الوسيلة الرئيسة الدائبة نحو صياغة الوعي وتشكيل الضمير الجمعي.

لغة قادرة على الإيحاء والتوجيه والسيطرة على القياد، تم تدبرها في ترسيم معالم الخطاب، وصلا نحو بلوغ المجمل من الحقول و الفضاءات الاجتماعية . إنها اللغة الإعلامية التي لا تتوان عن الدخول في المختلف من الحقول السياسية أم التجارية أم الترفيهية، بذات القوة والحماس، حيث التطلع نحو الإمساك بقوة الإقناع من خلال التوجه نحو وضع التعريفات المحددة للمفاهيم. لغة تتبدى عبر مكافحة التدخين، عبر توظيف اللون والكلمة و العبارة والإشارة ، وبذات القدر يكون التوجه نحو مكافحة الإرهاب. اللغة الإعلامية هي الأداة التي يتم من خلالها صياغة الوعي و الذائقة والأفكار والتعبير عن الواقع.

في التنمية اللغوية

[226] Michael Halliday (1994), An Introduction to Function Grammar, London .

عن أية لغة يمكن الحديث، وسط أحوال التسارع والنمو و التطور، الذي راح يشهده الحقل الإعلامي في العالم. حيث البساطة والمباشرة والسرعة والمرونة، التي تحملها الرسالة الإعلامية، في الوقت الذي مازالت فيه المؤسسات الإعلامية العربية ، منغمسة في دوامة من النقاش الحار والسخين، حول تبني هذا الاتجاه أو ذاك على صعيد، طريقة التعاطي مع اللغة، حتى ليطلع علينا من يتخذ اتجاها، يقوم على الإفراط بالحماس حول أهمية التمسك بأصول اللغة العربية ، باعتبارها المعبر الأصيل عن هوية الأمة، فيما يخرج تيار آخر يقوم على أهمية الوقوف على القواعد التحريرية الصارمة، واعتبار ما عدا هذا الاتجاه ، خرقا وتتفيها و إنقاصا من قيمة التقاليد التي قامت عليها اللغة الإعلامية. ولم يعدم الواقع عن بروز لغة هجينة، لا ينجم عنها سوى الذعر والخواف على مستقبل الذوق العام، وليس اللغة فقط.

ما انفكت اللغة الإعلامية تعيش أحوال الصراع بين توجهات الإدارة الإعلامية، حتى غدت ضحية لرغبات هذا الفريق أو ذاك، حيث الصراعات في أقصاها. إدارة تسعى إلى فرض التقاليد الإعلامية ، تحت دعوى الوفاء لكل ما هو أصيل وعريق، واتجاه آخر يسعى نحو التفاعل و التجديد والتغيير، باعتبار أن العالم اليوم ، لم يعد كما كان سابقا. حيث التسارع الذي راح يطال كل شيء، في ظل الثورة المعرفية والمعلوماتية. اللغة الإعلامية في المجال العربي، تبقى حبيسة توجهات المؤسسة الرسمية، حيث القوة التي تتبدى عادة لصالح الطرف صاحب المبادرة ، لما يحمله من وسائل الهيمنة والسيطرة والتوجيه. وعبر هذا التوجه فإن اللغة بقيت حبيسة التوجهات التقليدية، والتي راحت تعاني من البطء اللافت في ردات الفعل حول المجمل من المتغيرات، انطلاقا من تطلع تلك القوى للحفاظ على مراكزها التقليدية.([227]) حيث التركيز على اللغة المحنطة والجاهزة، تلك التي لا تفتأ عن لوك المقولات المكررة واللغة التقليدية، والصياغات المقولبة، والتي لا تختلف عن الشعارات، والتعبئة والتوجيه.

[227] محمد نادر السيد، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة 2007

لغة لا يتم الوقوف فيها إلا على توجهات السلطة، واللهج بحمدها والثناء عليها، في قوالب تحريرية، ما انفكت تحضر منذ عقود طويلة. لغة تتقدم فيها مصالح السلطة على حساب المصالح الشعبية، حتى صار الخلط ببين المصالح العامة ومصالح السلطة فاضحا ومكشوفا. لغة يتضاعف فيها محمول الحمد والثناء على حساب لغة الحقيقة والصدقية، لغة تقوم على أحوال التضافر بين القيادة الإعلامية والسلطة حيث زواج المصالح على أشده، والذي راح ينتج المزيد من التهويل والمبالغة، حتى و إن كانت على حساب المصلحة العامة. ومن هذا راح يغيب دور المشاركة المفترض من قبل الجمهور.

الظاهرة اللافتة صارت تتبدى ، في تطلع المتلقي نحو متابعة البعض من القنوات المتخصصة ، التي استثمرت هذا الواقع، فراحت تقدم للمتلقي، الوجبة الإعلامية المرغوبة والمأمولة. حيث الموضوعية والتفاعل الحي، والاستناد إلى اللغة الحوارية القائمة على المشاركة والمرونة، وتخصيب المفردات بكل ما هو منفتح على المتغير والمتنوع والمختلف.حيث قوة التعبير التي تصل إلى المعنى بأيسر المفردات، تمهيدا لإبلاغ الرسالة الإعلامية من دون ضجيج أو مبالغات أو تصويرات تصل في الكثير من الأحيان ، إلى جعل الرسالة الإعلامية وقد وقعت في فخ التناقض و سوء الفهم.

في الأداء اللغوي

لم يعد خافيا التوقف عند الأهمية التي راح يؤديها الإعلام الجديد، حيث أحوال التضافر القائم بين مختلف الوسائط. حيث الصورة والكلمة والتعليق والمواقع والمدونات والرسائل النصية القصيرة ومقاطع الفيديو التي يتم تصويرها بأجهزة المحمول، والتي يتم تداولها عبر موقع You tube ، إنها التفاعلية في أقصاها. لكن الملفت وسط كل هذا المشهد الصاخب، يبقى يشير إلى أحوال التداخل الذي يعيشها واقع اللغة الإعلامية في المجال العربي، الذي يبقى يعاني من أوضاع القصور البنيوي، و راح يعبر عن نفسه، في القطيعة المفجعة في طريقة التعبير الصادرة عن الجمهور. فما أن تطالع التعليقات التي يتم نشرها على المواقع الإلكترونية ، حتى تكون الصدمة المفجعة في طريقة التعبير، القائمة على العاطفة

والحماس والتقاطع الفج مع الرأي الآخر. فيما تكشف الأخطاء الإملائية والوهن في التعبير. عن الخلل الذي ظل كامنا وما يزال يعتاش في الواقع العربي. باعتبار غياب التنسيق بين المؤسسة التعليمية والتي تمثل رهان المستقبل، وطريقة التعبير البائسة التي يندرج فيها المزيد من المدونين والمشاركين في الإعلام التفاعلي.

نتاج لا يمكن عزله عن ثقافة التلقين والحفظ والجاهزية التي وقعت فيها مؤسسات التعليم العربية، حتى عجزت عن تخريج الدفعات القادرة على الإمساك بزمام اللغة. تلك الأخيرة التي راحت تأتي شاهئة ضعيفة واهنة، غير قادرة على الإحاطة بمكنون الشعور والتعبير عن الواقع، لغة اقل ما يمكن القول عنها، أنها لا تتوافق والروح الوثابة التي ميزت مجمل تحديات الحركات الشعبية في المجال العربي، والتي أثمرت عن بروز الدور العميق والأصيل لوعي الشباب في التغيير والحرية والديمقراطية والشفافية ومكافحة الفساد. لقد جاءت لغة الإعلام الجديد واهنة ضعيفة ، حتى أنها لم ترق إلى مستوى الحدث الكبير و البارز الذي تحقق. الإشارة هنا لا تعني غياب اللغة الإعلامية المتميزة التي استطاعت أن تعبر وبقوة عن الواقع، لكنها تبقى قليلة مقارنة بكم النتاج الذي يصل إلى حد الصخب.

تصدرت المشهد لغة الصورة، حتى طغت على ما دون وما بعده من وسائل التعبير. صورة تغني عن المزيد من الكلمات. لكن قوة التعبير والتواصل تبقى تدور في فلك الكلمات والعبارات والجمل. لكن طغيان اللغة الحاسوبية ، كشف عن الضعف الفاضح في الملكة اللغوية للشباب العربي الذي عاش لحظة التغيير التاريخي.

اللغة والتواصل

اللغة أداة التواصل الرئيسة بين الكائنات البشرية، حيث الغاية التي تتمثل في بلوغ الفهم عبر التواطؤ على المعاني. إنها الفعالية التي تقوم على المجمل من الخصائص التي تتمثل عادة في خاصية الإبداع، تلك التي تقوم على الإمساك بالتداعي الحر للمواقف والتباين في المواقف، ومن هنا يتبدى عنصر

التجديد الذي تقوم عليه، سعيا إلى التوافق مع المواقف والظروف. فعالية تستند إلى الانتقال بالملكة اللغوية من جيل إلى آخر. حتى يكون فيها التمثيل للهوية والثقافة والأصالة، لكن هذا لا يعني جعلها عبئا أو ثقلا، بدليل حملها لخاصية التحول، والذي يجعل منها في أشد حالات المرونة للتوافق مع الزمان.

لغة يتكشف فيها عنصر الزمانية بوضوح شديد ، حتى ليمكن ترصد لغة العصر عبر تطور المفردة والعبارة، وطريقة توظيفها واستخدامها من زمن وعصر إلى آخر. انطلاقا من روح التجديد في داخل اللغة ، عبر فعالية الاشتقاق والتعريب والنحت، مع الأخذ بنظر الاعتبار التأثير الخارجي الذي يطال اللغة من إضافات أو حذف. ([228]) وهكذا يمكن ترصد لغة الإعلام وبوضوح غير قابل لمزيد من التدقيق حول لغة الصحافة في القرن التاسع عشر، أو حتى أوضاع التحول اللغوي عبر عقود من الزمان، فيما تتبدى أحوال التحول وبتسارع واضح خلال المقارنة بين لغة الإعلام في التسعينات وصولا إلى اللحظة الراهنة، حيث التداول لمفاهيم، هي ذاتها راحت تنال من التطوير و التطويع والتوسيع، وهكذا بات يتم تداول مصطلحات مثل؛ العولمة، الهوية ، صراع الحضارات ، الاختلاف ، التسامح ، التعايش ، الإرهاب، الحوكمة، والشفافية والتمكين، والمجتمع المدني والدمقرطة والفيدرالية، والرقمية والمعلوماتية والإرهاب والواقع الافتراضي. بأغراض و أهداف تعاني من الفوضى والاضطراب والاختلال، باعتبار أن كل يغني على ليلاه!!

ومن هذا فإن التمييز الأجدى يبقى يقوم على إقرار حقيقة قوامها ، أهمية الفرز بين (**اللغة والكلام**) ، باعتبار أن اللغة تمثل التعبير عن الواقع، فيما يقوم الكلام على التعبير الفرعي. اللغة هي المجال العام ، فيما تتبدى أهمية اللغة الإعلامية في أهمية التوفيق بين (**المنطوق والمكتوب**) من صور اللغة. باعتبار المستوى الاجتماعي الذي يتبدى في طريقة توظيف الإعلامي لمادته (**أحداثا، شخصيات، قضايا**) ، بما ينسجم وطبيعة التوجه نحو بلوغ فهم القطاع الأوسع من جمهور المتلقين. انسجام لا يضّحي

---

[228] أمين الخولي، مشكلات حياتنا اللغوية، الهيئة المصرية العامة، القاهرة 1987

بالاحترافية والمهنية، بقدر ما يكون الاستناد فيه قائما على الوضوح الخالي من الالتباس والغموض، والتوافق مع روح العصر ، عبر الجمل الرشيقة المناسبة لمقام القول، والملائمة لوسيلة الإعلام، فلكل وسيلة إعلام لغتها وطريقة وصف ومفردات وعبارات، لا تخرج عن التشويق والإيجاز.

الوظيفة الاتصالية

تتوجه فعالية الاتصال نحو التأثير في الميل والاتجاه العام للجمهور ، إنها العملية المتطلعة في صناعة الرأي العام من خلال توظيف اللغة، في ترسيم ملامح الوعي والتوجيه والتعبئة باتجاه قيمي محدد ، يتم من خلاله تحقيق الهدف، الذي يتوزع على أكثر من مجال وحقل. وإذا كانت التوجهات قد توقفت عند نماذج الإعلامي الاقتصادي أو السياسي أو الثقافي ، فإن اللغة الإعلامية تبقى تسير في ركاب البحث في الرموز الدالة ضمن البيئة الثقافية الواحدة، وهذا تحديدا ما يهم طريقة التداول الإعلامي، و الذي يسعى نحو التفاعل مع مع عقل المتلقي. هذا التفاعل الذي لا يمكن له أن ينتج أثرا، من دون الغور العميق في تحليل العلاقات الاجتماعية والمعايير والنظام القيمي السائد فيها، بغية الوقوف على المعطيات الدالة التي يمكن من خلالها التعامل مع اللغة التي يمكن تبنيها ضمن إطار اجتماعي محدد. اللغة هنا تمثل الإطار الدلالي المشترك بين المرسل والمتلقي، سعيا نحو تحقيق عملية الاتصال.

الاعلام الدرامي مفهومه ومظاهره

د. محمد صبري صالح

جامعة دهوك

المقدمة:

تحت ظل الأقمار الاصطناعية يجلس المشاهد ليتلقى سيلا جارفا من المواد الاعلامية بمختلف الاشكال وبأنواع الصيغ، وبمنتهى الاثارة والتشويق والابهار والجاذبية وعلى الأصعدة كافة، حتى بلغت مرحلة تتماها فيها الحدود بين العالم الحقيقي والعالم الافتراضي الذي يقترحه الفن الدرامي، وبينما يزداد الوهم حجما وتقل المنفعة وتغيب مبادئ المهنة، تضعف الحقيقة وتزول المصداقية تحت رغبة الحصول على نسبة مشاهدة فائقة لتحقيق مكاسب اكبر، والمشاهد الحائر يتعرض بشكل دائم للعنف والقسوة البصرية أينما وجه اهتمامه، في نشرات الاخبار والتقارير والبرامج المختلفة، ولكن الأخطر من ذلك تلقيه مواد درامية مصنوعة خصيصا للإعلام من دون ان يعلم بها، وهو يتعرض الى عملية ايهام متقن، نتيجة استعانة وسائل الإعلام بمقومات فن الدراما وتقنياتها ذات الفاعلية والتأثير العاطفي الخاطف والفوري، للحصول على مكاسب انية او تحقيق غاية مرحلية، حتى لو كان ذلك على حساب الحقيقة والتضحية بالمصداقية.

الخلاصة:

تتعرض هذه الدراسة الى ظاهرة في حاضر وسائل الاعلام، الا وهي مقاربة الاعلام للفن الدرامي، فقد لاحظ الباحث ان وسائل الاعلام تلجا الى الأسلوب الدرامي والاستعانة بتقانته في

عملية انتاج وتسويق بعض المواد الإعلامية، لغرض كسب المشاهد والتأثير عليه والتحكم بميوله لغايات مادية وايدلوجية وسياسية وثقافية معينة، ونظرا لعدم وجود دراسة سابقة في هذا المجال فان الباحث يسعى الى تصميم ابعاد الظاهرة، بدأً من صياغة مفهوم منطقي له، ثم تعرف مجالاته وأهدافه ومظاهره، فـ(الاعلام الدرامي) مادة اعلامية يتلقاها المشاهد عبر وسائل الاعلام المرئية تخضع **لقوانين الإنتاج الدرامي** ويرى الباحث بانها تتمظهر على شكلين هما:

الأول: اعلام يقدم بصيغة درامية، عن طريق الاستعانة بوسائل فنية (المسرحة، والميزانسين، ونسج الحبكة الدرامية)، او استخدام تقنيات الدراما على مستوى الأداء والتقديم. **الثاني**: دراما إعلامية، وهي بيئة افتراضية تنتج وفقا لقواعد الفن الدرامي تسوق على انها مادة اعلامية.

ويتناول الباحث عدد من المواد الإعلامية الأجنبية فضلا عن تحليل عينات من قنوات فضائية عربية، في مجال النشرات والبرامج الإخبارية، التقارير، الإعلان، وقد توصل الباحث الى ان انتهاج صياغة الاعلام بتقنيات الدراما آخذ بالانتشار والتوسع نظرا لقوة تأثيرها وفاعليتها في استقطاب المشاهدين بفعل الاثارة والتشويق، وتحت تأثير عوامل سياسية واقتصادية.

الكلمات المفتاحية: اعلام، دراما، مسرحة، ميزانسين، اثارة، ربورتاج، اعلان، فيديو.

(Abstract)

Dramatic Media: Its Concept and Manifestations

This study deals with a phenomenon existing in mass media, i.e. comparing media with the dramatic art. The researcher has noticed that mass media resorts to dramatic means and depends on its techniques in the production and marketing of some information materials to gain the audience, affect them and control their tendencies in order to achieve materialistic , ideological, and cultural aims. Since there is no previous study in this field, the researcher attempts to identify aspects of this phenomenon starting from making a logical concept of it and defining its disciplines, aims and manifestations. Dramatic media is an information material received by the audience through visual mass media it follows the rules of dramatic production. Furthermore, the researcher sees that it is represented by two forms:

1. Media represented by a dramatic mean through relying on artistic means(dramatization, ***mise en scène***, and dramatic plot) or through using dramatic techniques at the levels of performance and presentation.

2. Media drama which is a hypothetical context made according to the rules of the dramatic arts and marketed as an information material

The researcher tackles some foreign information materials besides analyzing samples of Arabic channels in terms of news broadcasting, news programs, reports and advertisements. He has arrived at the conclusion that making media by dramatic techniques started to spread and expand because of its effect of attracting the audience, its excitement, suspense and due to some political and economic reasons.

Key words: manifestations, dramatization, mise en scène, excitement, reportage, hypothetical context.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث بكونها دراسة رائدة في هذا المجال، فضلا عن سعي الباحث لتقديم توصيف موضوعي للظاهرة ومفهومها وشرح مظاهرها ومجالاتها وأهدافها، وتسليط الضوء على التقنيات الدرامية التي وظفت من قبل الاعلاميين في محاولة للتأثير على المشاهدين والاستحواذ عليهم وجذبهم نحو القناة الناقلة.

مشكلة البحث:

وسائل الاعلام الجديدة هي أحد أوجه الحضارة الحديثة يرتسم فيها الفكر والمعلومة والسياسة والنظم والمعتقد والفن. لا أحد بإمكانه ان ينكر شدة تأثير وسائل الاعلام على المجتمعات والشعوب، في وظائفها التقليدية(النزيهة) من تثقيف وتوجيه وترفيه وتربية وتعليم ودعاية واعلان واخبار، وتنمية العلاقات البشرية وزيادة التماسك الاجتماعي. غير ان هذه الوظائف توضع اليوم في دائرة من الشك والريبة ومحط تساؤل ان كان القائمون والعاملون في وسائل الاعلام جادين فعلا في تنفيذ وظائفها، بخاصة مع هيكلة الاقتصاد العالمي واندماج الشركات المنتجة للإعلام والثقافة والترفيه والتسلية مع المؤسسات المالية والشركات التجارية. فثمة مؤشرات عن اعلام غير نزيه اخذ بالظهور والتمدد يوظف التقنيات الحديثة في كافة المجالات من الكومبيوتر وبرامج معالجة الصورة والصوت الى التصوير الرقمي حتى الاستعانة بتقنيات فنون أخرى كالدراما من اجل خلق بيئة (افتراضية) جذابة ومثيرة ومخادعة في نفس الوقت، او واقع يفتقد الى المصداقية. فأصبح التثقيف والتوجيه عالميا نحو افق محدد تقريبا، مع غلبة الترفيه والتسلية وانزلاقه نحو التفاهة احيانا، واستولت الاجندة السياسية على الاخبار برمتها بعيدا عن الموضوعية، وكل جهة تسوق الاخبار وفق أهدافها الخاصة وليس صوب الحقيقة.

عاملان متلازمان دفعا وسائل الاعلام الى مسلك مختلف، وهما السياسة والمال، فمن يمتلك المال يمتلك عناصر القوة في السياسة، ومن يمتلك السياسة عليه ان يمتلك وسائل الاعلام، وللسياسة استراتيجيتها المشفرة التي تتناغم مع سياسة المال والسلطة الإعلامية. ودخلت وسائل الاعلام في منافسة تجارية غير مسبوقة للحصول على نسب مشاهدة مرتفعة وبالتالي الحصول على إعلانات أكثر وفي نفس الوقت تسويق البرامج الفكرية المطلوبة. هذا الهاجس الذي سيطر على الاعلامين دفعهم للسعي الحثيث نحو كسب الجمهور والبحث عن كافة الأساليب في البنى المجاورة للإعلام التي تمنحهم فرص جديدة لتحقق مكاسب أكثر وتأثيرا اشد، وتبين ان فن الدراما لما يمتلكه من مقومات وقدرات تأثيرية عالية يمكنه ان يحقق الاثارة والجذب والتشويق ودر المزيد من الأرباح من خلال الاتصال.

فكان ذلك دافعا قويا للاستعانة بفن الدراما للحصول على قدراته في كافة مجالات الخطاب الإعلامي، وأصبح من النادر مشاهدة مادة إعلامية تخلو من التقنيات الدرامية سواء بطريقة تقديم قصة خبرية بحبكة درامية، او التقنيات التعبيرية (الجسدية والصوتية)، او (الميزانسين) لمسرحة البيئة الإعلامية فافرز نوعا من الاعلام أطلق عليه الباحث (الاعلام الدرامي). ويمكن رصد هذه التقنيات في الإعلانات ونشرات الاخبار والبرامج المختلفة، ليس فقط في طريقة التقديم فحسب بل في الصياغة والمعالجة النصية، هذا إلى جانب مشاهد العنف البصري المتكرر والمتعمد الذي يتعرض له المشاهد في نشرات الاخبار بمصاحبة المؤثرات المختلفة، وقد حدد الباحث مشكلة بحثه بالسؤال الاتي:

ما هو مفهوم الاعلام الدرامي، وما هي مظاهره ومجالاته واهدافه؟

هدف البحث: تعرف على مفهوم الاعلام الدرامي والكشف عن مظاهره وأهدافه ومجالاته.

تحديد المصطلحات:

مسرحة الواقع: Docuo-soap

مصطلح يشير الى نوعين تلفزيونين مختلفين الأول هو الوثائقي وهو النوع الواقعي ويقوم على ملاحظة الواقع وتفسيره، والثاني هو نوع **تمثيلي** يرتكز على سرد روائي لتحولات جماعة ما، حيث تقدم التجارب اليومية للناس في إفادات موثقة، والأداء والسرد يجري بطرائق متشابهة لتلك التي تجري في برامج الدراما التمثيلية. (8،ص188) الأول يوثق واقع معين ويفسره من دون الاستعانة بالأداء التمثيلي، كتصوير اشخاص وهم يتعلمون مهارة معينة، اما الثاني فهو تمثيل سردي لوقائع حقيقية.

يستخدم الباحث تسمية(المسرحة) للإشارة الى عملية وضع المادة الإعلامية في بيئة مسرحية باستخدام عناصر تأثير إضافية مثل الاكسسوار او الزي او مؤثرات بصرية (ألوان، مواد)، لإضفاء دلالات ومضامين معينة عليها ومنحها شحنة انفعالية مرتفعة.

الميزانسين: مصطلح استخدم في المسرح ثم انتقل استخدامه الى السينما.

يقول (روم): نفهم (الميزانسين) على انه مجمل الحركات التي يؤديها الممثل فوق المنصة وفق منطق الحدث وبالتطابق مع النص، يدخل، يخرج يجلس، يتقدم نحو اخر، محصلة هذه الحركات البسيطة هي ما تشكل الميزانسين ووضعية الممثل فوق الخشبة. (24،ص100)

يطلق الميزانسين ايضا على كافة حركات الممثل واوضاعه في إطار المشهد، أي طريقة تجسيد الفعل من قبل الشخصيات. وذكر (لويد جانيتي) ان الميزانسين هو وضع الشيء على المنصة، غير ان المصطلح توسع ليشمل الحركة بالإضافة الى عناصر التشكيل البصري في المشهد(السينوغرافيا)، و(الميزانسين تعبير تشكيلي فضائي يجسد مضمون النص الدراماتيكي). فالميزانسين وادوات السينوغرافيا تشكل البيئة التي يتحرك فيها الممثلون، من ديكور واكسسوار واضاءة يضاف اليها في السينما حركة الكاميرا. (11،ص453)

ويستخدم الباحث (الميزانسين) للدلالة الى الأداء الحركي والتعبيري للأشخاص في إطار عناصر التشكيل البصري(سينوغرافيا).

.

الفصل الثاني الإطار النظري

المبحث الأول :الاعلام وتغيير القواعد

شهد الاعلام في القرن العشرين والسنوات اللاحقة، توسعا هائلا في وسائله الطباعية والالكترونية والتصويرية، حتى صار بالإمكان دمج الوسائل الالكترونية والتصويرية معا فتكون ما يسمى(وسائل الصور الالكترونية)(3،ص37) التي تشمل الصور والأفلام والاشرطة الى جانب التلفزيون والإذاعة والتلفون والتسجيلات ، تقوم هذه الوسائل بإنجاز مجموعة من المهام في المجتمع منها: التسلية، دعم أنواع السلوك والمعتقدات من خلال عرضها بشكل إيجابي، إقناع الجمهور بتغيير القيم والآراء القائمة نحو الأفضل، التعليم، تحفيز الناس وتشجيعهم على سلوك أو عمل ما.(20) وقد انشات مهنة الاعلام مجموعة من المبادئ والقواعد سميت **الميثاق الأخلاقي** لمهنة الصحافة، لكنها في العديد من البلدان حتى الديمقراطية منها، رسميا غير متطابق بشكل واف مع الواقع. (6،ص11)

ثمة تساؤلات كثيرة تثار حول مهام وسائل الاعلام ومدى موضوعيتها، وما إذا كانت وسائل الاعلام تقوم بمهامها على الوجه السليم، تساؤلات تضمر لدى الجمهور ريبة وتوجس، هل يمكن المحافظة على التوازن في تقديم اعلام مفيد ودقيق مع تسلية لا ضرر منها؟،هل ان الوسائل تخدع الجمهور وتستغله. هناك خطر عظيم يهدد الإنسانية يكمن في تصور الجالسين امام التلفاز بأنهم ينفذون الى كل المعلومات. (9، ص95).

وبينما كان من المفترض أن تكون الصحافة والتلفزيون والإذاعة بشكل عام وسيلة لنشر الحقائق وكشف الأكاذيب وإبرازها، ضمن تلك القواعد والأصول، فانه وخلال السنوات الأخيرة وبشكل لم يسبق له مثيل اخذت تنشر الاكاذيب، وتم تسخير التكنولوجيا والكومبيوتر لإبراز صور مزيفة كأنها حقيقية، وأكثر ما اشتهر في ترويج مثل هذه الأكاذيب هي الصحافة الأمريكية والبريطانية وقد تم تسخير قدرات هوليوود الفنية في هذا المجال لخدمة السياسة الأمريكية، وتبعهم في ذلك الكثير من وسائل الإعلام في أنحاء العالم وأيضاً معظم وسائل الإعلام العربية ، وقد بدى ذلك واضحاً خلال حربي الخليج الأولى عام 1991، والثانية عام 2003.(12)

يشير الصحفي (إلمر ديفيز) انه لابد ان تسير الصحيفة ومحطة إذاعة الاخبار الجيدة على الحبل بين خليجين كبيرين، على أحد الجانبين الموضوعية الزائفة التي تأخذ كل شيء بالقيمة الاسمية وتدع الدجال الأكثر جرأة يخدع الجمهور، وعلى الجانب الاخر نقل الاخبار التأويلي الذي لا يضع خطا فاصلا بين ما هو موضوعي وما هو ذاتي،أي بين الحقيقة ذات الأسس المنطقية وما يتمنى المخبر او المحرر ان يكون هو الحقيقة"(7،ص28)

وهي الحقيقة التي يحاول اغلب الأحيان تجسيدها مستعينا بعناصر الاثارة والتشويق وخطف الابصار والمؤثرات البصرية والسمعية والكلمات المنتقاة، لتحفيز الفكر نحو تأويل معين حتى باتت صورة العالم التي تقدم لعامة الجمهور- كما يقول نعومي - ابعد ما تكون عن الحقيقة، اما حقيقة الامر فيتم دفنها طبقة فوق طبقة من الأكاذيب.(25،ص20) لقد اهتزت قيمة الاعلام النوعية وأصبح عبارة عن سلعة، وإذ يصبح سلعة فهو يخضع بالطبع الى حد كبير لقوانين السوق العرض والطلب، قبل خضوعه لأية قواعد أخرى مثل قواعد المواطنة والأخلاقية المهنية، التي كان يفترض أن تؤسس له.(2،ص43)

وبدا تسليع الاعلام بولادة وكالات الانباء العالمية، وتدويل الصورة التلفزيونية في الخمسينيات من القرن العشرين وتعمق بشكل لا نظير له في عصر العولمة وفق بعدين:

1.التسليم التام بدور الإعلان في تمويل المؤسسة الإعلامية المعاصرة بخاصة صحف، إذاعة، تلفزيون.

2.التقارن بين الإعلان والاعلام بفعل التكنولوجيا الحديثة، فأزيل الحاجز بين الاعلام والاعلان على شاشة الكومبيوتر، ثم أصبح من الصعوبة الفصل ما بين الترفيه والاعلام والثقافة، بوجود الوسائط المتعددة التي تتيح ممارسة أكثر من فعالية في آن واحد فضلا عن التداخل بين صناعة الاعلام الالي والبريد والاتصالات وصناعة الثقافة، ان التداخل يعود الى عملية دمج الثقافة والترفيه والاعلام الى سلعة تجذب المشاهد اليها بعد ان فقدت وسائل الاتصال الجماهيري هيمنتها على الجمهور. كان الاعتقاد السائد بان الاعلام يلازم الاتصال ولا يوجد اعلام بدون اتصال، غير ان الاتصال المرئي طغى بشكل خاص على الاعلام، يقول (دانيل بونيو) اننا نعيش مرحلة الاتصال ضد الاعلام، فالنقل التلفزيوني المباشر لا يسعى لتقديم الاعلام بل يعمل على تغليب الاتصال، فهو يقدم لنا الإحساس وينفخ فينا عاطفة المشاركة واللقاء لذا نلاحظ غلبة **الفرجة** في الاعلام المرئي) ان الاهتمام يصب حاليا على الابهار البصري ثم السمعي من خلال الصورة والخدع البصرية والمؤثرات، فيستولي الشكل على مضمون الرسالة، والشكل الجذاب يولد إحساسا سريعا ومؤقتا يؤدي الى رد فعل فوري على المادة ويدفع المشاهد الى الاتصال وهو الغاية. وعلى حد قول (دانيل بونيو) (المهم ان نتصل) نتبادل الانطباعات والمشاعر المفتعلة أحيانا وردود الأفعال، ولا يهم مضمون الاتصال.(26،ص105-107)

وبينما يأخذ الكثير من الناس ما تورده وسائل الاعلام وبخاصة الرسمية او الحكومية على انها الحقيقة، يغيب الفعل الحقيقي وتحضر الحقيقة الإعلامية، أكاذيب عديدة يتم ترويجها وتسويقها الى الشعوب، على أساس ان الاعلام هو الحقيقة بعينها. ومن الطريف ان المشاهد يتجاوب فعليا مع ما ترد في وسائل

الاعلام حتى غير المنطقية منها. على سبيل المثال في شهر رمضان 2015، عرضت قناة الشرقية برنامجا منوعا بعنوان(شي بي شي) وفقرة (جذب مصفط) باللهجة المحلية، وتعني الكذب المرتب، ينزل مقدم الفقرة الى الشارع ليسال الناس عن أمور ملفقة بالكامل، في احدى الحلقات ادعى ان وزارة الثقافة قررت تشيد تمثال تذكاري للفنان (عبود محيبس) ، وكانت إجابات الجمهور و ردودهم غريبة، قال احد الأشخاص بانه بكي على فقدان الفنان، واخر اعتبره خسارة للفن العراقي، وقال الثالث ان عبود محيبس فنان مشهور، وقال الرابع انه اسطورة من اساطير العراق يستحق وضع تمثال له، والخامس قال ان لهذا الفنان تاريخ وانجازات وانه متابع لمسلسلاته، و قال السادس انه من العمالقة، والحقيقة انه لا يوجد ممثل عراقي بهذا الاسم ولا حتى اسم مقارب. المواطن استند مباشرة على معلومات أوردها مقدم البرنامج ـ من قناة تلفزيونية معروفة ـ فيها اشارت الى: (جهة رسمية حكومية هي وزارة الثقافة ، نصب تذكاري لفنان متوفي) ، تجاوب معها المواطن على انها مسلمات ولم يرغب ان يبدو امام الكاميرا جاهلا لا يعرف شيء عن هذه الحقائق، لذلك قال احد الأشخاص انه قرأ الخبر في الصحف، لقد اختار الأشخاص المضي مع الخبر وهو حسب اعتقاده صائب تماما لأنها ترد من جهة اعلامية ، حتى ان احدهم اكد على معرفته بالفنان واكد اخر على متابعة اعماله وعظم اخر من شان الفنان، ولم يفكر احد بعكس المعطيات التي أعطاها المقدم له– بالنسبة لمن تم عرض لقاءاتهم على الأقل–، هكذا تنطلي الأكاذيب على المشاهدين ببساطة حالما يرد الخبر او المعلومة عن طريق وسائل الاعلام، لكن الخطورة تكمن في محاولة بعض وسائل الاعلام وبصورة خاصة التلفزيون، استغلال جهل بعض الجمهور وعدم قدرته على التميز بين مواد مزيفة وأخرى حقيقية، لحين قيام جهة مختصة بكشفها، كما حصل مع المذيع احمد موسى على قناة(البلد)الذي عرض فيديو بالأسود والأبيض على انها لطائرات روسية تقصف مواقع لـ(داعش)، وتبين فيما بعد بان الفيديو مأخوذ من لعبة كرافيك شهيرة(بلي ستيشن) اسمها(جيم،game)،وقامت (الواشنطن بوست) بفضحه. (في غالب الأوقات تنجح عمليات تأطير الرواية الإخبارية ... ومنحها الواقعية واقفالها

ولو جزئيا، في استبعاد الحدث الحقيقي الأصلي وتقديم خبر مختلف بكل ايحاءاته الأيدلوجية بديلا له، على انه من الصعب مع ذلك معرفة مدى احتفاظ المشاهد بالشفرة الأيدلوجية الموضوعة للأخبار، ومدى استمرار تماسك المعنى في اللاوعي على النحو الذي يوحي به خطاب الاخبار) (8،ص165) – قوانين اللعبة الإعلامية مختلفة اليوم، فليست الحقيقة والصدق ضمن اولويات العمل الإعلامي، انما سطوة الوسيلة وقدرتها على خلق اراء وقناعات خاصة ، بمساعدة مختلف الوسائل الفنية والتقنية التي بإمكانها ان تخلق بيئة إعلامية لكل واقعة ليس بالضرورة ان تكون الحقيقة بعينها بل الحقيقة بعين الاعلام، شرط ان تكون ملفتة للانتباه وجذابة.(15،ص206).

منذ بداية القرن العشرين، تبين معالم مسار الثقافة الجماهيرية باتجاه الواقعية، ثم نحو الواقعية ممتزجة بالعاطفة، وهنا تولدت الحاجة الى الأسلوب الدرامي، وهو أنجع أسلوب في التعامل مع العاطفة البشرية وفي اطار امتزاج الخيالي والواقعي، (المفترض والحقيقي.) ومن هنا تبدأ (اللعبة الإعلامية)، حيث تستند وسائل الاعلام –بخاصة التلفزيون–الى مقومات منها ما هي من خصائص وآلية الوسيلة نفسها بما فيها من تقنيات وأدوات، مثل الصورة والصوت، والمونتاج، والنقل الحي، ومنها ما هي مستمدة في مجال الأسلوب من فنون أخرى مثل الدراما، والدراما فن يعتمد في جوهره على الايهام، والاعلام بسعيه لامتلاك تقنيات الدراما، فانه يمتلك القدرة على الايهام بالحقيقة وليس بالضرورة الحقيقة ذاتها.

لقد تخلى الاعلام عن وظائفه الأساسية سعيا للكسب، ليس في مجال البرامج الترفيهية فحسب، بل وحتى اخبار التلفزيون صارت سلعة للتسويق مثل الخوخ ومعجون الاسنان والثلاجات، وكذلك الاخبار التي تنشر في الصحف والمجلات الإخبارية، فاذا كره المعلنون والقراء صحيفة او مجلة تكون معرضة للتوقف، وهذا ما أدركه ناشرو بعض الصحف. (15،ص184)

ونحن نعلم أن هذه النشرة، ومن خلال بنيتها السردية التخيلية ذاتها، قد صُمِّمت للتسلية والإلهاء، قبل أي شيء آخر.(2،ص41)

أن مفهوم الإعلام بهذه الصيغة، يقود إلى بليّة الانبهار بالصور، التي تنقل وقائع صاخبة تضج بالحركة، ومشاهد عنيفة وأحداثاً دموية متفرقة، وهذا الطلب على الصور يشجع ظواهر عرض الوثائق المزيفة والأحداث المختلقة، والتلاعب والاحتيال، التغيير طال مفهوماً آخر هو مفهوم الخبر، ما هو الخبر؟ أي حدث علينا تميزه من بين فيض الأحداث التي تقع في مختلف أرجاء العالم؟ ما هي معايير الاختيار؟ هنا أيضاً كان للتلفاز القول الفصل. التلفاز، عبر التأثير الحاسم لصوره، هو الذي يفرض اختياره، التلفاز يبني الخبر، يحرض الصدمة العاطفية الانفعالية ويحكم على الوقائع الفقيرة. (2،ص89)

ان التلفزيون لا يقدر بثمن كما يقول ارثر لكنه يتعرض الى ضغط الوازع المادي، لذلك فان الترفيه اصبح غاية أساسية فيه، وانعكس الامر على الاخبار أيضا، كانت الاخبار تعد خدمة تقدمها الشبكات للمستمعين على ان لا تسبب خسارة مادية وهي تعاني بشكل عام من انها قد حولت الى ترفيه وهي عملية يمكن ان نسميها بـ (التابلويدية) ويمكن وصف الاخبار في التلفزيون بانها كارثة. (3،ص163)

ففي نشرات الاخبار تقرع طبول الحرب حتى لو كانت باردة، ويستعر العنف البصري والتوتر العصبي، مشاهد القتل الحي والموت المجاني غرقا او حرقا او اغتيالا والدماء الساخنة التي تغطي الأرض، يبحث منتجو التلفزيون عن قصص تنطوي على عنصر قوي بصريا، اللقاءات مع الوجوه المتحدثة ليست لديها القوة البصرية لحريق او جثة هامدة-(3،ص187)

صور الجثث المقطعة والاشلاء المتناثرة المقززة تصل الى الشاشة حالما تكون الكاميرا حاضرة في المكان والزمان، وحتى إذا تأخرت الكاميرا فان صور الدماء اللزجة التي يتم غسل اثارها من الأرض، تصل الى المشاهد أيضا ولو بعد حين تصاحبها مؤثرات صوتية مثيرة. لذلك "تبنى برامج الاخبار التلفزيونية كما يبدو بطريقة تجذب وتكافئ نمط الاتصال الأساسي للمشاهدة فالموسيقى العالية والدرامية لمقدمة الاخبار هي علامة لفت لانتباهك لما تتضمنه من ايحاء بأهمية البرنامج الاخباري والاهمية الدرامية لمضامين

الاخبار نفسها"(8،ص164).ولغة الاخبار أصبحت تذكر المتلقي وكأنه إزاء مشاهد مسرحية، والحقيقة ان الكثير من الاخبار اصبحت عبارة عن دراما مصورة، ويحاول معدي البرامج تذكير المتلقي بذلك، ابتداء من صياغة عناوين الاخبار على النحو الاتي:(المشهد العراقي)، (المشهد المصري) ، او في تعليقات المذيعين، كالقول مثلا (ما حدث كأنه مشهد كوميدي)، او بطريقة سرد الاخبار، كما في قناة العربية:

المذيعة: اهلا بكم على العربية الحدث، قصتنا الأولى من العراق (ضربات موسيقية)

المذيعة: طائرات سورية تقصف مدينة القائم العراقية.

قصتنا الثانية من سوريا (موسيقى قوية) الجيش السوري يسيطر على المدينة الصناعية في حلب.

ومن المفترض حضور الصور، (وفي محاولة لاستثارة المشاهد بالصورة، تميل الاخبار الى تركيز الصورة على الاستثناءات المليئة بالحركة والحياة، التي تجافي الحقيقة بدلا من الالتزام بالقواعد السائدة، التي تعبر بصدق عن الواقع، ومن اجل إضفاء السمة الإنسانية والحيوية على الخبر، يعمد التلفزيون الى استخدام **الأسلوب الدرامي** حتى لو فشل في تقديم الموقف الحقيقي، وسعيا وراء الجزء المؤثر ومقطع الصوت الحيوي تضيع بعض عناصر الحقيقة.) (15،ص205)

ولان العنف في نشرات الاخبار هو عنف واقعي ولان التلفزيون يلتقط الحدث من الواقع لذلك فان عنف الاخبار لديه مكانة مختلفة عن العنف في المشاهد الدرامية والسرود التي لا تكون حقيقية، اذ انه قد يقنع المشاهدين بان العالم مكان خطير وهذا ما يسبب الشعور بالقلق والتوتر والخوف. (ارثر 3،ص178)

ان البحث عما هو مثير وجذاب ومحفز على المشاهدة هي الفكرة التي يتم على أساسها الاختيار في التلفزيون الذي يسعى الى دفع الأمور نحو إضفاء طابع(الدراما)، انه يضع في المشهد، في الصورة، واقعة او حدث ثم يقوم بالمبالغة في أهميتها، في خطورتها وفي صفاتها الدرامية والتراجيدية، ان ما يثير اهتمام المشاهد هو الانتفاضات واحداث العنف، وهذه حقا كلمات محفزة، لأنه باستخدام الكلمات المعتادة

لا تثار دهشة البرجوازي ولا اهتمام الشعب، يجب استخدام كلمات خارقة للعادة وهنا وجه التناقض، فعالم الصورة يهيمن عليه الكلمات، الصورة لا تعني شيئا من دون التفسير (المفتاح) الذي يقول ذلك الذي يجب ان تتم قراءته–مفتاح التفسير–هذا يعني انه في اغلب الأحيان هناك مفسر يقوم برؤية كل شيء، وان هذا الشخص يعرف كيف يشاهد، وعليه ان يبدع في منصبه هذا وان يدفع الى جذب الحضور، ويمكن لكلمات معينة ان تسبب الدمار والخراب.(5،ص50)

وفي بعض الأحيان لا تمنح الصورة لتقول كل شيء، بل تمنح القناة لنفسها إمكانية فرض تفسير معين او التلميح ضمنيا به حول ما ترد في الصورة بكلمات مدروسة بعناية، وهي بذلك توجه الجمهور لفهم الصورة كما هي تريد وليس كما تقول الصورة ذاتها.

ان السعي وراء الفورية والصور الدرامية غالبا ما يقود الاخبار المحلية الى عرض اخبار تفتقر الى التفسير المناسب او الخلفية اللازمة، وهكذا، يمطر المشاهد بمعلومات وصور مبعثرة، مع جهد قليل لربطها بالاحداث والأفكار الأخرى، او وضعها في اطارها التاريخي،ان المشاهد يعرف ما حدث ، ولكن الإفصاح اللازم للفهم مفقود وبدلا من ذلك، فان الاخبار تغطى عندما تصل الى نقطة الازمة وليس قبل ذلك، ويدفع المشاهدون دفعا الى الازمة الدرامية، ولديهم معلومات مسبقة قليلة، واستعداد محدود لفهم المسار الذي أدى الى الازمة،ونتيجة لذلك، فان قطاعا كبيرا من الراي العام، يتشكل في مناخ طارئ كرد فعل للازمة، في حين ان الراي العام الذي ينضج بالمعرفة، على مهل يكون اكثر إيجابية في تشكيل رد الفعل الحكومي.(15،ص205–206)

أصبحت الاخبار الى درجة كبيرة ترفيها وعليه فإنها تجد نفسها باستمرار معتمدة على الاثارة والعنف الموجودة في أنواع عديدة من الترفيه. (3، ص 179)

لقد تغير سلم الأولويات بحيث أصبح الاتصال قبل الاعلام، والترفيه قبل التثقيف، والكسب قبل الفائدة، وهذه دفعت بكل قوة وسائل الاعلام نحو المشهدية، فغدت أجزاء كثيرة من المواد الإخبارية و الربورتاج التلفزيوني والأفلام الوثائقية قطعة من الاستعراض، أي ان انتاجها وتقديمها خضع لمعايير الإنتاج الدرامي، وهذا ما قلص الهامش بين ما هو واقعي وما هو خيالي، حتى ان الحوارات الاذاعية والتلفزيونية أصبحت اقرب الى الاستعراض (توك شو). (26،ص106-107)

المبحث الثاني: مقومات الدراما

ليس هنالك فن يمتلك ما تمتلكه الدراما من مقومات تخلق التأثير، الدراما شكل فني هائل القدرات، فهو الفن الوحيد الذي يجمع بين الكلمة والاداء، وهو يمتلك من الوسائل التعبيرية المتنوعة ما لا يمتلكه أي فن اخر عرفه الانسان، ، ولغة الدراما لها مستويات عدة، الكلمة يمكن لفظها بمئات الطرق والحركة يمكن ادائها بمختلف الاشكال، ويمكن نسج الحدث في فضاءات عديدة ومختلفة، فبإمكان الدراما ان تقدم لك قصة معينة عشرات المرات وفي كل مرة تتأثر بها بشكل مختلف، وحتى وانت تعلم بتفاصيل القصة مسبقا كما كان يحصل عند المواطن الاغريقي، الذي كان على علم مسبق بالقصة وربما حفظها عن ظهر قلب، الدراما يمكنها ان تثير غضبك او تثير الطمأنينة لديك او تدعوك لذرف الدموع السخية لمعاناة شخصية تتعاطف معها وهي تلقى مصيرا مأساويا، وبإمكانها ان تثير ضحكاتك بلمح البصر، او تولد لديك إحساسا رهيبا من الإحباط المدمر، كل هذا وانت تعلم بان ما يجري هو مجرد تمثيل وليس حقيقة.

لقد اكتشفت الدراما عندما كان العقل الإنساني يبحث في تطبيقاته عن شكل او وسيلة لها قدرة خاصة في التأثير، كان كهنة المعابد في بابل ومصر القديمة قبل الاغريق يستندون على فن التمثيل لتحقيق تأثير كبير على الناس، عن طريق تمثيل الاساطير والطقوس الدينية ثم حصل كذلك عند الاغريق و تطور واصبح فنا متكاملا، وفي العصور الوسطى لجأ رجال الكنيسة الى الدراما لإبلاغ المواد الدينية بشكل

مشوق، اما اليوم فان اية مادة، تعليمية او تربوية او دينية يمكن ان تكون لها نتائج أفضل عندما تعتمد على الدراما في معالجتها، فالدراما تضفي التسلية والمتعة، ويسهل استيعابها، كما انها تترسخ في الذاكرة لأمد طويل. ولكن يمكن استخدام الدراما بوجهين كالعملة المعدنية التي نستخدمها أحيانا لإجراء قرعة، يمكن ان تكون لصالحك وانت صالح او لصالح الخصم وهو طالح. الدراما من أكثر الفنون قدرة على اثارة المشاهد، انه فن يعتمد على الصوت وتعبيراته والجسم وحركاته وعلى الانفعال والإيماءة، وعلى عناصر خارجية عديدة، مثل الإضاءة والديكور والازياء وغيرها.

ولكن لماذا يحتاج الاعلام الى الدراما؟،ما هي غاية الاعلام من الاستعانة بالتقنيات الدرامية؟

ان الهدف هو" زيادة عدد المشاهدين (نسبة الاقبال او الاوديمات)، ذلك الاله الخفي لهذا العالم الذي يهيمن على الوعي، كما ان خسارة نقطة في سباق جذب المشاهدين، يعني في بعض الحالات نهاية مفجعة للبرنامج". (5،ص59)

هكذا دخلت القنوات التلفزيونية منافسة شريفة وغير شريفة لكسب المشاهد، وكسب المشاهد هدف اقتصادي، لان المشاهد يعني اتصال، وبالتالي يعني أرباح لشركات الاتصال وزيادة عدد المشاهدين يعني وجود معلنين. ولزيادة عدد المشاهدين لابد من جذبهم بكل الوسائل النبيلة وغير النبيلة، تحقيق الاثارة والفتنة وإظهار الجمال من خلال الحركة والكلام والصوت والزي، فوسائل الاعلام اليوم تستهدف الجمهور من خلال (الإعلان، الاتصال، التسلية)، ومن ناحية أخرى، فان الاعلام يريد ان يكون مؤثرا، فبالتأثير على الجماهير يتحول الى سلطة قوية، والسلطة تعني التحكم والقيادة والهيمنة (الفكرية والمالية)، التي تقوم على أساليب مثل الدعاية، التحريض، الخداع والقفز على الحقيقة والتضليل، كما ان من مقومات الهيمنة سلطة المال، وهذه السلطة تنشا بتراكم الربح الفاحش، ولكي يتم ذلك لابد من الاستعانة بأية وسيلة متاحة، ومن الوسائل المفضلة هي الدراما. الاعلام –التلفزيوني خاصة–لديه اليوم اهداف مشابه لأهداف

الدراما، الاعلام يريد الامور لصالحه، ويريد ان يوهمنا بأكاذيب على انها حقائق، وان يخدع احاسيسنا ويتلاعب بنا، وان يسلب ابصارنا، وان يثير فينا احاسيس محددة بدقة، وان لا يتركنا وقد استعدنا وعينا، بل ان نكون تحت تأثير الايهام المطلوب، فنقنع بما يريد اقناعنا به، حتى اننا نشتري من التلفزيون قبل ان نشتري من المحلات التجارية، ونتصل، نتصل، نتواصل بلا هدف جوهري نافع او سليم.

يقول شيلر: "علينا ان نتساءل ما هي القيمة المستهدفة في النهاية، اهي التوعية ام الربح؟ وما هي النتيجة المرجوة، التعريف بالأمور ام خلط الأمور وما الذي يقدمه البحث الدائم عن المزيد من الحركة والاثارة والمزيد من الدراما؟" (27،ص222)

المعالجة الدرامية للمواد الإعلامية:

يشرح الباحث هنا الوسائل والتقنيات الدرامية، التي يستعين بها القائمون على الاعلام لمعالجة المواد الإعلامية بحيث تكون على قدر عال من التأثير والجاذبية، لرفع القدرات التعبيرية لدى مقدمي ومذيعي ومعدي المواد الاعلامية.

اللغة الملفوظة (المكتوبة) :اختيار جمل ذات شحن انفعالي مرتفع (توتر، استفزاز، ازدراء)، تواتر جمل غامضة وواضحة بإيقاع منتظم. ان صياغة الخبر وطريقة تقديمه وعرضه تتبع سياسة القائمين على الوسيلة الإعلامية، ولكن قدرة اقناع المتلقي بموضوعية ما يقدم واقناعه، يعتمد على قوة العناصر الفنية التي توظف لخدمة القصة الخبرية وهي الصورة والصوت والمؤثرات، والكلام الذي يفسر اتجاه الصورة. عملية بناء القصة الخبرية تعتمد كما في الدراما على جملة واضحة وجملة غامضة، كما في حوار الملك لير مع كورديليا في مسرحية (الملك لير) لـ (وليم شكسبير). قد يكون (وضوح الخبر) واحد من مهام الوسيلة الإعلامية، ولكن الأسلوب الدرامي يقتضي إضفاء نوعا من الغموض على معلومة ما، لاستمرار دعم المتابعة ورفع مستوى التشويق للخبر.

هنالك مشهد في مسرحية (اوديب ملكا) للشاعر الاغريقي (سوفوكليس) بين (العراف) و(اوديب)، (العراف) يتجنب الحديث الصريح، ويحاول التهرب ثم يلجا الى التلميح والتورية، وهذا يزيد من الشحن الدرامي. أحيانا لا تمتلك القناة التلفزيونية الحجة المقنعة في تفسير موقفها المؤيد او المعارض لقضية معينة فتلجا الى تقديم تأويل غامض في جمل صريحة، والى تقوية المادة بالأداء الدرامي لكسب العواطف واستبعاد المنطق ولو مؤقتا. ويمكن التلاعب بمعنى الكلمة من خلال التقنيات شبه اللفظية للغة وهي (النغمة، الإيقاع، النبر، التلوين)، فالكلمة تأخذ معناها من نغمتها او من نبرها.

تقنيات ادائية: الايماءة-الحركة

الايماءة بسيطة ومركبة ، البسيطة هي التي لها دلالة واضحة ومفهومة ، ايماءات الأطفال أوضح مثال عن هذا النوع تلك التي تصدر منهم او التي ترسل اليهم حيث يحرص المرسلين ان تكون ايماءاتهم ذات ملامح صريحة يمكن للطفل معرفته وقراءته ، اما الايماءة المركبة تلك التي تتضمن معان مختلفة وقد تكون معقدة، يصعب التميز بينها ،مثل ايماءة (بيل كلنتون) عندما سال عن علاقته ب(مونيكا)، فهو ينكر ويحاول بقوة تأكيد ذلك بقسمات وجهه ، ولكن الحقيقة تظهر في العينين، حيث ان الايماء الخادعة وغير الصادقة لا تخضع لها كل أجزاء الوجه، وهي تتوقف على قدرة الشخص نفسه ومهارته.

يمكن لمقدمي البرامج ونشرات الاخبار وغيرها ان يتعلموا الايماءة المركبة التي توحي بأكثر من دلالة، ويمكن للمذيع ان يعطي ايماءة ذات وجهين، ظاهر يوحي بالحيادية، ومخفي بمغزى اخر، وهذا يتطلب الملاحظة والمران والتدريب.

الحركة: حركة اليدين والوجه بصورة أساسية بالنسبة للمذيعين الذين يعملون في أماكن محددة، وحركة الجسم بالنسبة الى الذين يعملون في أماكن أكثر اتساعا. اليدان يمكن التعبير من خلالهما عن معاني كثيرة، للتوضيح او التأكيد او التبسيط او النفي والتأشير، وهناك حركة باليدين يمكن ان تستفز المقابل.

استخدام الايماءة:

قناة (الحدث)في 23-4-2014 برنامج (واتس اب الانتخابات)، عرضت فلما بكاميرا خفية يصور شرطي يرفع لافته انتخابية تعود الى (اياد علاوي) ولقطة أخرى لمرشح كتب على لافتته الانتخابية، (لي حق بثروة بلادي).

المذيعة: حقا ان بعض الظن اثم. (تعبر بدهشة ماكرة، وهي ترفع يدها) المذيعة تلمح الى المعنى المبطن لما كتب على اللافتة، من خلال ايماءة ماكرة وابتسامة، ان المرشح يعلن صراحة بان هدفه الحصول على حصته من الثروة هو أيضا، فالبرلمان فرصة للسرقة، المذيعة تحاول ظاهرا ان تبرأ ذمتها من خلال عبارتها وحركة يدها بانها لا تقصد الظن السيء. اذ لا يحق لها-للقناة ايضا-ان تقدم تفسيرا مريبا للصورة. ولكن هل حقا انها ما كانت تلمح الى الظن السيء؟، انها فعلت، لان التعبير والايماءة هي التي تحمل المعنى المبطن، وليست الكلمات في مثل هذه الحالات، والمتلقي سيلتقط التلميح وما يحتويه من دلالات، ولا يأخذ بالحسبان الكلمات التي تنفي التلميح.

التعبير والايماءة الانسانية مسالة دقيقة ومعقدة، يمكن لوجه معين ان يعطي معان كثيرة ومختلطة وسريعة في ثوان قليلة، اما في مجال الاعلام الذي يستخدم الدراما فلا تترك المعاني للمتلقي يحصل عليها كما يشاء، بل انها تقدم له، ان لم يكن تقديما صريحا فانه ضمنيا. وهنالك اشكال اخرى من التقنيات الدرامية التي يستعيرها الاعلام من فن الدراما منها تقنيات بنائية وتقنيات مصاحبة.

تقنيات بنائية(داخلية): (المفاجأة، التحول، التصادم، التضخيم والمبالغة، المفارقة) وهذه تكون في بنية العمل، في بناء القصة الخبرية، كما فعل الامريكيون مع قصة (جيسيكا لينش)، وتعتمد البرامج الإخبارية، والربورتاج واللقاءات الصحفية في بناء الأسئلة وردود الأفعال على هذه التقنيات، والبرامج المنوعة هي الأكثر استخداما للمفارقة والتصادم.

تقنيات مصاحبة: (خارجية)موسيقى ومؤثرات سمعية بصرية، وتستخدم لتقوية الأثر، واثارة انتباه المتلقي. كما في نشرات الاخبار، ابتداء من الإشارة الخاصة بها والتي يتم اختيار موسيقى مميزة ذات ابعاد صوتية عالية وقوية.

المؤثرات البصرية وتشمل الصور والغرافيك التي تظهر كخلفية المذيع، استخدمت قناة الجزيرة في نشرات الاخبار اثناء تغطيتها لظاهرة الهجرة غير الشرعية التي اجتاحت اوربا في صيف 2015، تصميم كرافيك لأمواج عاتية مرعبة، تتلاعب بمركب صغير مكتظ بالركاب من النساء والأطفال، وهم في حالة من الهلع والذهول.

المبحث الثالث: الاعلام الدرامي

ان للسرد القدرة على تحريكنا والتأثير فينا بطرق عميقة عاطفيا وفكريا، ولهذا السبب فان العديد من النصوص التي يراها المشاهد على شاشات التلفزيون انما هي سرد من نوع معين، بمعنى انها تحكي قصة نسجت وفق معاير البناء الفنية، لها بداية ما، وصراع قائم على مشكلة يجب حلها، ثم قرار ما يتم اتخاذه من قبل الشخصية، ويجب علينا أيضا-كما يقول ارثر- ان نضع في الاعتبار حقيقة ان الأنواع التي لا ينظر اليها عموما على انها سرد مثل الإعلانات التجارية(والتي غالبا ما تكون عملا دراميا صغيرا)، والبرامج الرياضية، والبرامج الحوارية، وبرامج الألعاب، انما تحتوي في كثير من الأحيان على سرد قوى ومكونات درامية، حتى البرامج الاخبارية يمكن ان ينظر اليها بانها تتألف من أجزاء من سرد صغير، وتشكل في مجملها سردا اكبر .(3،ص99- 101). وعادة ما يحاول المذيع في كلامه ان يذكر المتلقي بانه إزاء قصة، فيبدأ بالقول مثلا (قصتنا الأولى من العراق، قصتنا الثانية من سوريا) وهو نمط من الكلام ينطوي على وضع بعد زمني بين الحدث والمشاهد وكان الزمنين لا يتقاربان، (من زمنين مختلفين) لإعداد

المتلقي على تقبل ما تضمه القصة من احداث مثيرة ومفاجأة وصادمة. لا يتوقف الامر عند مستوى السرد للمادة الإعلامية، بل يمتد الى مستوى مريب من المعالجة فيه الكثير من الخداع والزيف والتضليل حيث يتعرض المشاهد الى مادة تعرض على انها اعلام محض، وفي حقيقتها مادة لا تختلف عن اية مادة درامية أخرى من حيث انها منتجة بنفس العناصر والأدوات، وتظهر على شكل أفلام وثائقية ربورتاج، مقاطع فيديو لوقائع حقيقية، وهكذا تتحول الدراما الى اعلام في وسائل الاعلام. وما يحصل فعلا هو القيام بترتيبات درامية صنع حبكة مع (ميزانسين)، ثم تقدم الحبكة الدرامية الى الجمهور بانها اعلام عن واقعة. وهي في أساسا مادة تم مسرحتها، او وضع سيناريو تنفيذي لها، تبث كمادة إعلامية حقيقية صادقة. فالصورة تكذب أحيانا كما قال (مايكل بورن) أن (الصور كانت ولا زالت تكذب، وستظل تكذب) (2،ص48)

المادة الإعلامية تكون عرضة باستمرار لتأثير جهات عدة، تتدخل في صياغة الخبر او تسريبه او تزيفه او التلاعب به وكل جهة حسب مصلحتها الذاتية، تتداخل فيها القوة والسلطة والمال، لذلك عندما يريد طرف قوي استهداف طرف اخر عن طريق الاعلام فإنه يبحث عن الصورة بكل حماس ومن أي مصدر كان، لكنه من جانبه يمنع الصورة عن الاطراف الأخرى ويلجا الى ميزانسين متقن لخلق انطباعات محددة حول قضية ما، ويمضي بعض الوقت قبل ان يتكشف الفارق بين الحقيقة والصورة المعلنة، شيء من هذا القبيل حصل بعد غزو واحتلال (بنما) عام 1989، إذ سمحت الولايات المتحدة للصحافة بدخول مكتب (مانويل نوريجا)،وكان في المكتب صور لأولاد صغار وصورة لهتلر وملابس داخلية حمراء ومجلات اباحية، فوصفته الصحافة وكأنه منحرف جنسياً، بينما كان أول من دخل مكتب نوريجا جندي البحرية الذي سرح من الخدمة العسكرية بعد بضعة أشهر، تحدث في نهاية المطاف مع مراسل صحافي وقال له إنه كان أول من دخل المكتب بعد أن اختطفت الولايات المتحدة الرئيس البنمي السابق، وكل ما كان داخل المكتب، منضدة وهاتف وكرسي وآلة كاتبة، وهذه الأدوات هي أدوات مناسبة لمكتب مسؤول ولا

توفر فرصة لتأويلها بشكل سلبي، لذلك تم استبدال وإعادة ترتيب العناصر داخل المكتب، للإيحاء بانه شاذ وعديم الإنسانية مثل هتلر، غير ان هذا المشهد بنفس الأدوات ولنفس الغاية سبق ان عرض قبل 16 عاما من إزاحة نوريجا أي في عام 1973 عندما اغتيل الرئيس التشيلي (سلفادور الليندي)، سمح للصحافين بدخول مكتبه فشاهدوا زوجاً من الملابس الداخلية الحمراء وصوراً لأولاد صغار وصورة لهتلر ومجلات إباحية، وكالة المخابرات المركزية استعملت الدعائم السينمائية نفسها لكلا المكتبين، ومن الطريف أن أحد المراسلين الذين غطوا حدث 1973 كان أيضاً موجوداً في (بنما) عام 1989، ورأى كلا السيناريوهين المصطنعين، أما مع صدام فقد غيروا الدعائم السينمائية، لكن تساؤلات جديدة ظهرت ،كيف حصل صدام على علبة لحم (سبام) مع ان أي منتج من هذا القبيل لم يعرض للبيع في العراق (18)،وكيف يمكن لشجرة النخيل التي ظهرت في الصورة ان تحمل تمرا في ذروة الشتاء البارد؟.

تم (تنظيم بيئة مسرحية) من خلال ترتيب الديكور، وتوزيع الإكسسوار، واستخدام قطع أزياء ذات دلالة خاصة، ثم اختيار الشخصيات الحقيقية لأداء حركات تمثيلية محددة، ليست نفس حركة الأشخاص في الزمان والمكان الحقيقين، لخلط الأمور على المشاهد وكسب المصداقية.

<u>ثانيا</u>: مادة درامية بكافة عناصرها وقوانين انتاجها، تسوق على انها مادة إعلامية محض.

يقول (جون ماكسويل):"ان الصحفيين يساهمون في الجهل العام بشأن نقل الاخبار"(7،ص15). فهم ينشرون معلومات وينقلون اخبار أحيانا وهم على دراية بانها مزيفة، بأساليب شتى، فالى جانب لجوء وسائل الاعلام الى التقطيع والتجزئة والتركيب، والتملص، فإنها تمتلك قدرة على التلاعب بآراء المشاهدين في قضية معينة يتم تصنيعها دراميا، واليكم أحد الادلة.

قد يشترك فيها اشخاص حقيقيون وليس ممثلين محترفين ولكن أولئك الحقيقيون يمثلون أدوارا،

في خمسة شباط(فبراير)عام1990،اعلن(جياني مينولي) مقدم برنامج(مكسر) على قناة(ري 2)، خبرا عاجلا عن عرض(فيلم وثائقي مصيري) حول اعترافات القاضي(سانسو فينو) التي يقر فيها انه قام بتزوير نتائج استفتاء عام 1946 الذي سمح لإيطاليا بالتخلي عن نظام الحكم الملكي لتغدو جمهورية، بموافقة أعضاء المحكمة الانتخابية الاخرين، وبعد برهة وبينما كان المشاهدون في حالة ذهول قصوى، كشف مقدم البرنامج (مينولي) خيوط اللعبة الدرامية، القاضي كان ممثلا مع عدد من الكومبارس، والوثائق التاريخية بالأبيض والأسود تم تصويرها في الاستوديو، وبذلك تبين ان كل شيء كان مزيفا، باستثناء احساس ملايين المشاهدين وتأثرهم العميق بما شاهدوا، وفي ختام الحلقة قال(مينولي): اردنا ان نبين الى أي مدى يمكن التلاعب بالأخبار المتلفزة.(2،ص66). كان ذلك نقطة هامة نحو الاحتيال الإعلامي وهكذا فان الكثير من الأمور تنطلي على الجماهير التي تندفع بحماس هستيري لبناء وجهة نظر معينة استنكارا او ادانة او تأييدا، ويساق الجمهور نحو أي فكرة تلائم توجهات القناة او الوسيلة.

في عام 1990، اتضح للجمهور أن الصور المرعبة التي قيل أنها لمقبرة جماعية في(تيميشوارا) في رومانيا، لم تكن لضحايا مجازر 17 كانون الأول (ديسمبر) 1989، وانما كانت نتاج ميزانسين مرتَّب، الجثث التي اصطفت فوق الشراشف البيضاء، كانت جثث موتى نُبشَتْ من مقبرةٍ لأناس مُعدَمين، وعُرضت على التلفاز بلا تحفظ، و استند التلفزيون على معطيات ان (نيكولاي تشاوتشيسكو) رجل دكتاتوري مستبد، فانساق في تغطيته إلى تلك النزعات الفاحشة القبيحة، وقاده لهاثه خلف الإثارة والتشويق إلى الكذب والخداع لأحداث بوخارست 1989.(2،ص67)

صور لم يخطر على بال أحد أن يتأكد من زيفها، فقد تم تصميم المشهد بدقة وفق استخدام تقنيات مسرحية، توزيع الجثث، استخدام الشراشف، الدماء الصناعية، شكلت منها مادة إعلامية مثيرة، مما ولد

استجابة فورية لدى الجمهور. وليس المهم فيما إذا كشف الامر بعد ذلك، لان الهدف قد تحقق في حينه لمصلحة المنتج الإعلامي، كما حصل في قضية الصعود الى القمر.

الصعود الى القمر:

في سنة 1969 تم عرض فلم يصور رائد الفضاء (أرمسترونغ) وهو يقفز فوق صخور القمر، والعلم الأمريكي يرفرف. كان الكاتب الأمريكي (بيل كيسينغ)، أول من اكتشف ملابسات هذه الخدعة واستدل عليها بمجموعة من البراهين المعززة بالصور، ونشر تلك الأدلة عام 1976 في كتابه (لم نذهب مطلقا إلى القمر). وتساءل كيف يمكن للعلم أن يرفرف فوق القمر ولا وجود للريح هناك؟ ثم انبرى باحث أمريكي آخر لهذا الموضوع هو (رالف ريني) في كتابه:

(ناسا تُقمّر أمريكا)، وسخر من ادعاءات وكالة ناسا للفضاء، إذا كان(ارمسترونغ) اول

NASA mooned America)

رجل فضاء ينزل على سطح القمر، فمن الذي التقط الصورة له؟، ثم جاء الفلم الوثائقي الفرنسي (الجانب المظلم للقمر)،

للمخرج الفرنسي (وليام كارل)، ليسلط الأضواء على هذه القضية التي حيكت من قبل إدارة الرئيس (نيكسون) لتزوير هبوط الرواد على القمر، وعرضت شبكة (فوكس) يوم 2001/3/19 برنامجا بعنوان (هل هبطنا على سطح القمر؟) وخلص البرنامج إلى أن صعود الأمريكيين إلى القمر ما هو إلا كذبه وأن لقطات الهبوط المزيفة صورت في ستوديو سري في صحراء (نيفادا)، وقدم المخرج الأمريكي الشهير (سيبريل) فلما يتناول تلفيق مشاهد الهبوط المزعوم، وبثت القناة الايطالية الحكومية الثالثة برنامجا علميا بعنوان (اللغز)، ناقشت فيه الهفوات الفنية التي رافقت تصوير لقطات الهبوط المفبركة، وجرت المناقشة بمشاركة مدير شركة (ريفلكس) لصناعة الكاميرات وهي الشركة التي استخدم الرواد آلاتها، وحين سُئِلَ

مدير(ريفلكس) عن صورة العلم، أجاب: (إنها صورة مزيفة بثتها هيئة الفضاء الأمريكية)، وعلل ذلك بأن رجال (ناسا) قاموا بتزييفها لأنهم نسوا وضع العلم على سطح القمر وبجانبه رائد الفضاء، فعالجوا الموضوع بتلك اللقطة المزيفة، كان (نيكسون) في أمس الحاجة إلى مواد إعلامية تبهر الجمهور بعد أن تفاقمت الأزمات فجاءت هذه التمثيلية الفضائية التي فضحها الأمريكان أنفسهم.(16)

هنا تم تصوير الحقائق بالإيهام، صهرت المادة الإعلامية في نظام ميزانسين فني تم اعداده بعيد عن أماكن الحدث الحقيقي، الشخصية حقيقية والمكان افتراضي، وفي مثل هذه الحالات ينبغي محاكاة الظروف الحقيقية للواقعة الى حد التطابق المثالي بينهما لان الهدف منها هو اظهارها على انها حقيقية تماما ولا شك بها ، بينما الفن الدرامي لا يسعى الى محاكاة الواقع طبق الأصل، لذلك فان الثغرات الفنية مثل هبوب الرياح، والظل والضوء، هي التي كشفت زيف الصورة، اذ يتوقف نجاح الميز انسين على عاملين أساسيين هما الاقناع والتأثير، وبغياب أحد العاملين او ضعفه فان فرص الاقناع تتضاءل، وقد يتحقق التأثير فورا الا ان الاقناع ليس بالإمكان تحقيقه باستمرار وبنفس السرعة، في حالة اجراء تحليل للمادة واخضاعها للمقاربة مع مواد مشابهة من قبل المشاهد نفسه او من قبل اخرين، وقد يكون تكرار الميزانسين سببا في اكتشاف عدم مصداقيته، ولفرض التفسير الأوحد على المشاهد، تحاول الجهة المنتجة له ان تكون هي المصدر الأوحد للصورة وبالتالي للخبر والمعلومة.

هذا الأسلوب في نشر المادة الإعلامية تكرر في معالجة قصة(جيسكا)من قبل وسائل الاعلام الامريكية، (جيسكا) جندية أمريكية أصيبت بجروح اثناء الحرب على العراق في عام2003، نقلت الى المستشفى وتلقت العلاج وبعدها جاءت مفرزة أمريكية واخلتها، هذه هي القصة، ولكن الاعلام الأمريكي اردوا ان يجعلوا منها اسطورة من البسالة والشجاعة، فحاكوا قصة درامية وشخصيات واحداث لم تقع ابدا، بل

وضعت الشخصية الحقيقية في ظروف مسرحية جديدة وفقا لأهداف معينة ترتئيها الجهة المسوقة(البنتاجون) لإبراز بسالة الجندي الأمريكي وشجاعته.

ان تقديم المادة الاعلامية بصيغة سردية ومشوقة امر لا يستهجن بل العكس لأنه لا يولد الضجر على الاقل، غير انه عندما تحور تلك المادة وتضاف الأكاذيب عليها بأسلوب درامي فإنها عندئذ يصعب تقبلها كمادة إعلامية يفترض فيها الصدق والحقيقة، لكن الدوائر الإعلامية مستعدة أحيانا التضحية بالحقيقة والاستعاضة عنها بفرضية إعلامية تحاك في قالب درامي مثير من اجل مصالح خاصة ودوافع محددة، ولذلك لا يتردد القائمين على وسائل الاعلام اللجوء الى اختلاق (السرود)، كذبة ملفقة مرتبة فنيا ومحبوكة دراميا تشحن بقدر كبير من العواطف والانفعالات تنسج من قبل وسائل الاعلام ذاتها اومن قبل دوائر تابعة لجهة رسمية او خاصة، تزود وسائل الاعلام بتلك القصص على انها من مصادر موثوقة ذات مصداقية تتعلق بواقعة ما، مع انها برمتها مادة فنية درامية بكل عناصر انتاجها وبنائها الفني وظروفها، حتى يمكن مشاهدتها كمادة درامية خالصة، بفارق انها تسوق لأغراض إعلامية خالصة، كما في هذا الربورتاج.

<u>ربورتاج اعلام درامي</u>

ان استخدام وسائل الادهاش والاثارة من قبل وسائل الاعلام الغربية امتد الى الربورتاج أيضا، فقد تم رصد عينات منها قدمت الى المشاهدين على انها ذات مصداقية عالية وما هي الا تسجيل لحقائق واقعية، تكشفت الأمور بعد حين وتبين انها كانت عبارة عن مادة درامية تامة. غداة التفجيرات التي وقعت في المركز السياحي (فتحي) في تركيا، في حزيران (يونيو) عام 1994، بثت إحدى القنوات التلفزيونية الألمانية الربورتاج الاتي: ربورتاج (المسير الطويل)

مقاتل كردي مقنّع يومئ إلى فريق التصوير للحاق به، ، يسيرون في طرق جبلية وعرة، برفقة مجموعة من المقاتلين المسلحين يتجهون صوب مغارة، وإذا بأربعة مقاتلين اكراد منهمكين بتجهيز القنبلة التي ستستخدم في تفجير المركز السياحي(فتحي)، ربورتاج يستغرق بضعة دقائق فقط ليشير الى ان من قام بالتحضير والتفجير هم المقاتلين الاكراد في جبال تركيا، ولكن الحقيقية غير ذلك، فالذين قاموا بتمثيل دور المقاتلين الأكراد هم من المهاجرين الألبان المتنكرين، والمغارة كانت في مقر اصطياف أحد السويسريين، وموقع التصوير كان في اليونان ولم يكن في تركيا ، وهو من انتاج الصحفي(مايكل بورن) الذي كرر تصوير مواضيع وثائقية مشوقة بهذا الأسلوب مع شركائه بالاستعانة بعدد من الممثلين، وهو بنفسه من قام بكشف تلك التلفيقات.(2،ص46-48) .

الفلم الوثائقي(الاتصال):

(الاتصال) فلم وثائقي من انتاج (مارك دوبوفور) و (روجيه جيمس) لحساب شركة قناة (كارلتون) سنة 1998، عرض الفلم في 14 دولة بالإضافة الى أمريكا على قناة (سي بي اس)، ومنح عدة جوائز منها جائزة افضل ربورتاج صور في ظروف خطيرة، منحتها القناة الاسبانية (تي في 3)،يروي الفيلم كيف قامت شركة (كولومبيا) بفتح طريق جديدة لإيصال الكوكائين إلى أوروبا، كاميرا مخفية تلاحق أحد المهربين الكولومبيين من لحظة ابتلاعه الحبوب البلاستيكية الصغيرة التي تحوي المخدرات، ليحملها في معدته حتى لحظة وصوله إلى أوروبا وتسليمه الكوكائين، صحيفة (الغارديان)هي أول من شكك بمصداقية الربورتاج، ثم اثبتت التحقيقات أن المهرب ليس سوى ممثل ، والمخبأ السري الذي يلتقي المهربون فيه هو غرفة استأجرها منتجو الفيلم في أحد الفنادق، والكوكائين هي مسحوق السكر.(2،ص49)(طغيان-تسعة وأربعين.). سيناريو متقن يمتلك عناصر التشويق والاثارة والتوتر ويخلق حالة من الترقب، تدفع المشاهد الى متابعة الحدث لمعرفة نهايته في إطار سردي متخيل، تم

تجسيده في بيئة فنية، ويمكن مشاهدته كعمل درامي مستقل، لا ان تكون صورة من الواقع الحقيقي كما أراد منتجوه.

مثال اخر عن الاحتيال الوثائقي ما بثته قناة (تي اف أي) في الخامس من كانون الأول (ديسمبر) 1998، تحت عنوان (على درب النشوة)، من إخراج (فيليب بوفون)، حيث فريق من رجال الشرطة يلاحقون عدداً من المهربين، يعتقلونهم وعند استجوابهم يجدون في حوزتهم رزمة من المخدر وقليلاً من الهيروين، والحقيقة أن المهربين كانوا من رجال الشرطة المتنكرين والمَشاهد (مُمثّلة) وقد تم إعداد العمل في قسم الشرطة.(2،ص45) ، حيث يقوم رجال من الشرطة بتمثيل أدوار المهربين، وتقليد حركاتهم وتعبيراتهم ولغتهم، لإيهام المشاهدين بأنهم مهربين حقيقيين.

هنالك مواد إعلامية أكثر خطورة بثت في وسائل الاعلام قدمت بعناية فائقة، وتم التدريب عليها لفترة كافية لكي يكون متقنا ومقنعا ومؤثرا، تماما كما هو الحال مع العمل الدرامي الذي يتم التدريب عليه قبل عرضه، وذلك من اجل إثارة شحنة انفعالية عالية لدى الجمهور لغرض تسويق تصورات ومضامين معينة تسمح بكسب الراي العام ـ ولو لفترة وجيزة ـ للحصول على تأييد ومساندة قرارات مصيرية.

فيديو ذبح رهينة امريكي:

تناقلت وكالات الانباء العالمية شريط فيديو يظهر قطع راس رهينة أمريكية على يد أبو مصعب الزرقاوي، بناء على ما ذكرته عدد من المصادر الإعلامية، وكان الرهينة الشاب في الشريط "المزور" يقول: (اسمي بنجامين فورد، أنا من سان فرانسيسكو، كاليفورنيا، نحتاج لمغادرة هذا البلد الآن، إذا لم نفعل، سيقتل الجميع بهذا الأسلوب)، ثم يقطع راسه. غير ان احد مواقع الانترنت الذي يستخدمه المتطرفون بث شريط فيديو فيه اعتراف شاب امريكي اسمه (بنجامين فاندر فورد) من مدينة سان فرانسسكو، بتزييفه لشريط

الفيديو وإن الأمر كان خدعة وذكر لوكالة (اسوشيتيد برس) بانه زيف شريط الفيديو في منزل صديق، وعرض عملية إعدامه الوهمية. (1)

الحاضنات:

امام لجنة حقوق الانسان في الكونغرس الأمريكي، وقفت فتاة عمرها خمسة عشر عاما، تروي بصوت مهتز وعيون غارقة بالدموع كيف انها شاهدت بأم عينيها جنود الجيش العراقي وهم يقتحمون مستشفيات الولادة، ويسرقون الحاضنات، وأفادت: عملت متطوعة في مستشفى العدان في الكويت، وعندما كنت هناك شاهدت الجنود العراقيين بأسلحتهم يدخلون المستشفى ويبحثون في ردهاتها، وجدوا (16) رضيعا في صناديق حضن الاطفال، اخرجوا الاطفال الرضع ووضعوهم على ارض المستشفى الباردة ثم اخذوا الحاضنات، بعد قليل مات الرضع جميعا ".

في كتابه (معركة الأكاذيب، ص70-71) يكشف الكاتب (ماك آرثر) انه جاءت المدافعة عن حقوق الإنسان (مريم إلاهي) من مكتب منظمة العفو الدولية في واشنطن حاملة الاسم الأول واسم العائلة لفتاة كويتية تدعى (نيرة) أرسلت من قبل وكالة (هيل ونولتون) تزعم ان لديها معلومات مباشرة ومؤكدة عن الوضع في بلادها المضطربة والمعذبة، (نيرة) عاشت ظروف العذابات والترويع في بلدها الكويت مثل الاخرين، لهذا لم تستطع الكشف عن اسم عائلتها الكامل خوفا على اقرباءها من عمليات انتقامية في الكويت. (17)

تقول (كارولينا ديانا لويس)انه الربورتاج الكاذب الأكثر شهرة عن حرب الخليج، ذلك الذي قدم ممرضة كويتية شابة تروي والدموع تنهمر من عينيها، كيف اقتحم الجنود العراقيون مستشفى مدينة الكويت، ليستولوا على الحاضنات، بعد أن انتزعوا منها الأطفال الرضع، وتركوهم يموتون على الأرض. كان الموضوع كذباً في كذب، الممرضة كانت ابنة السفير الكويتي في واشنطن، وهي طالبة تدرس في الولايات

المتحدة، وقصة الحاضنات كانت برمتها لـ (مايك ديفير)، مستشار لمؤسسة Hill and Knowlton الأمريكية للعلاقات العامة، التي تعمل لصالح الكويت. (15، ص47)

وبعد الحرب بفترة كشف الاعلام الأميركي (صحيفة نيويورك تايمز– فبراير 1992) الهوية الحقيقية ل(نيرة الصباح) بأنها ليست مواطنة عادية بل هي ابنة شيخ من شيوخ الكويت وإنها كانت **تمثل** ما تعلمته و**تدربت** عليه على يد احدى أقوى شركات الدعاية الأمريكية التي وظفت لهذا الغرض.

المسرحة في الاعلام

يتلقى المشاهد أحيانا مواد إعلامية او حدث اعلامي على شكل **لقاءات رسمية او مؤتمرات او القاء كلمة في محفل، وهو يعتقد بان ما يشاهده عفوي وتلقائي، ويجهل ان الكثير مما يشاهد انما يتم اخضاعه من قبل الجهات المسؤولة لعملية اعداد مسبق ومسرحة، فترسم خطة مسرحية لحدث اعلامي يوضع لها سيناريو محكم تكون لقطة الكاميرا والمونتاج وتصميم المكان وتحريك القطع والمكملات أساسا لصنع الحدث، ترتب الأمور بما فيها توقيتات الدخول والخروج للشخصيات المشاركة والجمهور من خلال انشاء بيئة جديدة للحدث،** (مسرحة الحدث الإعلامي).

يذكر(شللر) ان هناك الحدث المعد بصورة مسرحية، وهي وسيلة مهمة يجري استخدامها للفت انظار الامة (وتنظيم) وعيها، الرئيس (نيكسون) ليس اول رئيس يتبنى استخدام هذا الأسلوب، ولكنه استفاد منه الى اقصى رجة في مناسبات عديدة ، ففي أغسطس سنة 1972،تم الاعداد لانعقاد المؤتمر القومي للجمهوريين في مدينة ميامي كان حدثا مسرحيا اكثر منه تجربة او اختبارا له أهميته في عملية اختيار ديمقراطية، وعلق احد الصحفيين عنه بالقول" ان كل ما جرى خلال الأيام الثلاثة التي استغرقها برنامج المؤتمر –حتى صلوات الافتتاح والختام– كان ينبغي الموافقة عليه أولا ثم ادراجه في السيناريو

المعد، وقد تطرق السيناريو لكل كبيرة وصغيرة حتى انه تضمن تعليمات مكتوبة للمتحدثين، فقد كان على الممثل جون وأين على سبيل المثال ان يرد على هتافات الجمهور(كما تضمن تعليمات أخرى الى نجم الكرة المتقاعد (بارت ستاربان) يومئ براسه(محيي) الطلاب الذين يرفعون علم الحزب، وقد استغرقت عملية اعداد السيناريو المفصل فترة تزيد على شهرين ونصف شهر"(27،ص 230–231)، وباستثناء ان الشخصيات هنا حقيقية وليسوا ممثلين ـ مع ان العديد منهم يمثل بالفعل .–فان العملية مطابقة لمقتضيات العمل المسرحي من حيث–النص–الكلمات المكتوبة ومعدة مسبقا، مع تعليمات اخراجية مصاحبة حول طريقة القاء الكلمات، واستخدام الاكسسوار مثل علم الحزب، وجهد (تمثيلي) يتضمن التعبير و تبادل الايماءات فيما بين الشخصيات، وأخيرا التدريب على العمل بكافة عناصره، تماما كالتدريب على نشاط مسرحي.

بين (امبرتو إيكو) إلى أي مدى يمكن أن يذهب هوس الميزانسين عند بعض مخرجي الأخبار المصورة، وذلك في سياق حديثه عن النقل التلفزيوني المباشر لمراسم زفاف ولي عهد انجلترا الأمير (شارل) إلى (الليدي ديانا)، في سنة 1981، وقد خص بالذكر موكب الفرسان: لا شك في أن المشاهدين قد لا حظوا أن روث جياد الموكب لم يكن داكناً، ولا أسمر ولا متفاوت اللون، بل كان على طول المسار، يأخذ تدرجية لون (باستيلي)، فيما بين البيج والأصفر، مشرق جداً، بحيث لا يثير الانتباه ويتآلف مع الألوان الفاتحة للأثواب النسائية، قرأنا فيما بعد ولم نفاجأ بأنهم كانوا وقبل أسبوع من الاحتفال، يغذون الأحصنة الملكية بحبوب دوائية من نوع خاص، كي يأخذ برازها لوناً (تيليجينياً) ملائماً للجمالية التلفزيونية، لم يُترَك أي شيء للصدفة، كل شيء كان تحت سيطرة النقل المباشر.(2،ص67)

في سنة 2003 وبعد غزو الولايات المتحدة للعراق، ظهر الرئيس بوش على متن **حاملة الطائرات (يو إس إس أبراهام لنكولن)** الامريكية العملاقة، وهو يرتدي زي طيار عسكري امريكي يتقدم وهناك حشد من

الجنود والضباط بانتظاره، يدخل كالطاووس وقد برز صدره وابتعدت ذراعيه عن جسمه وتقدم نحو المذياع امام العدسات–بحركات مسرحية –ليعلن انتهاء العمليات العسكرية في العراق.

تم اختيار المكان بدقة بحيث يوحي بعظمة القوة العسكرية الامريكية، وهو بزي عسكري يوحي بارتباطه بجنوده وبانه واحد منهم، وإبراز العظمة من خلال الخلفية، البحر الواسع كله لنا، وهذا الحشد الكبير من العسكريين الأمريكيين هم فخر أمريكا الذين تمكنوا من انجاز المهمة بوقت قياسي.

التضخيم والمبالغة:

تضخيم الأشياء واحدة من التقنيات التي تستخدم في المسرح، وكان الاغريق يستخدمون الأحذية ذات الكعب العالي لإظهار الممثلين على الخشبة بأحجام ضخمة، مع اللباس الواسع الفضفاض، وبخاصة الابطال وهم عادة من الملوك، فيعطيهم مظهرا مهيبا، إضافة الى ذلك فان المبالغة تعد تقنية سائدة في الأصناف الدرامية كافة التراجيديا والكوميديا والميلودراما، وهي واحدة من أساليب اثارة اهتمام المتفرج ولفت انتباهه وتحفيزه، وقد وظفت هذه التقنيات في الاعلام بأشكال عديدة.

أن نشرة الأخبار المصورة، ولأنها مأخوذة (باستعراضية الحدث) قد قلبت مفهوم الخبر، وأعادت إغراقه تدريجياً في مستنقع المؤثرات (العواطفية)، وأقامت وببراعة فائقة، نوعاً من المعادلة (الإعلاموية) الجديدة، يمكن صياغتها كما يأتي (إذا كان الانفعال الذي تحسونه وانتم تشاهدون الأخبار المتلفزة صحيحاً، فإن الأخبار صحيحة).(2،ص18)

وهذا ما عزز فكرة أن الخبر، أي خبر، قابل دوما للتبسيط، للاختزال، للتحويل إلى فرجة جماهيرية، وقابل للتجزئة إلى عدد من المقاطع الانفعالية، وذلك بناءً على فكرة سائدة، (فكرة على الموضة)، تقول بوجود (ذكاء انفعالي). ووجود هذا (الذكاء الانفعالي) يُفترَض أن يبرر فكرة أن الخبر، أيا كان –ملف الشرق الأوسط، الأزمة الاقتصادية والاجتماعية في جنوب شرق آسيا، الصعوبات النقدية والمالية الناجمة

عن اعتماد اليورو كعملة أوربية، الهزات الاجتماعية، التقارير البيئية، الخ.. يمكن دوما أن يخضع للمعالجة؛ كأن يتم مثلا تكثيفه وتبسيطه إلى حد كبير، وفي هذا تجاهل صريح للتحليل بدعوى أنه يبعث على الملل.(2،ص21)

في 30 يوليو-2013، حشدت المعارضة المصرية كل طاقتها لجمع أكبر عدد ممكن من الشعب لإعطاء ضوء اخضر لإزاحة مرسي من الحكم من قبل الجيش، تجمع المصريون في ميدان التحرير بأعداد كبيرة، وكان لابد من اظهار الحشود بشكل مهيب وضخم، ومن اجل ذلك استخدمت طائرة مروحية لتصوير الموقع والحشود من الأعلى لترسيخ ضخامة العدد واسند الاشراف على التصوير الى المخرج (خالد يوسف)، تم اخراج التظاهرة اخراجا سينمائيا، وُزعت صور الفيديو على الإعلام المصري وراح مراسلي القنوات المناهضة لمرسي تردد بان اعداد المشاركين تقارب 33 مليون مصري، تبين فيما بعد أن الفيديو صوّر الحشود على غير حقيقتها، وأنه استخدم في التسجيل صورا لمتظاهرين خرجوا تأييدا لمرسي وأخرى كانت إبان ثورة 25 يناير /كانون الثاني2011.(23) ثم أكدت صحيفة (ميدل إست مونيتور) أن الأعداد التي ذكرها الإعلام المصري عن أعداد متظاهري 30 يونيو غير صحيحة وانه تم تجاهل حقيقة أن بعض لقطات الفيديو المقدم كدليل ضد مرسي كانت في الواقع مأخوذة من فيديو مظاهرة لمؤيدي مرسي، وكان الدكتور (كلارك ماكفيل)، وهو أستاذ فخري في علم الاجتماع في جامعة (إلينوي) وخبير في علم قياس الحشود، قد استبعد إمكانية حشد مليون شخص في ساحة التحرير.(19)

بعد شهور من الجدل حول الواقعة ، أبدى المخرج (خالد يوسف) تفهمه للنقد الذي وجه إلى الأفلام التي قام بتصويرها ، معترفا بأنه استخدم تقنيات مشروعة في إبراز كثافة المشهد ربما بصورة مبالغ فيها نسبيا ، ورفض (خالد يوسف) اعتبار تلك الأفلام مزورة ، مشيرا إلى أن ما استخدمه من أدوات فنية لإظهار الحشود بشكل مبالغ فيه هو عمل فني مشروع ، وبينما طرح خصوم (الإخوان) أرقاما بدت مبالغا فيها

تصل إلى ثلاثين مليون فقد أكدت مصادر أمنية رفيعة في تقاريرها عن مظاهرات 30 يونيو أن التقديرات الرسمية للأجهزة الأمنية أفادت أن الأعداد التي خرجت في القاهرة يصل إلى حوالي مليون ومائتي ألف متظاهر.(22)

ومن الجدير بالذكر انه اصبح بالإمكان حاليا بفعل التقنيات الجديدة مضاعفة عدد الممثلين الثانويين او خلق ممثلين وهميين بالإضافة الى إمكانية خلق ديكور او آثار خاصة، او محو أشياء مثل عمود كهرباء في حقل.(14،ص73)

من الناحية الفنية كان الفلم الذي صور الواقعة بارع ومتقن، ابتداء من اختيار المكان (ميدان التحرير) الذي سمح بتصوير الجماهير الغفيرة وهي تتجه صوب الميدان، وحركة الطائرة في الجو وتغير مسارها وانعطافاتها في الفضاء ومنظر الحشود على الارض أضاف نوع من الاثارة والتشويق لمتابعتها، فضلا عن تعليقات المذيعين الحماسية في التلفزيون اثناء النقل المباشر.

فيديو (حادثة الأقصر)

حادثة وقعت في منطقة الأقصر في مصر لمجموعة من السياح السويسريين في شهر نوفمبر من سنة 1997. يمكن تغطية الخبر بصور من موقع الحادث تبين المكان والزمان والضحايا، مع الاضرار والتي هي قليل من الدماء في موقع الاعتداء، غير ان التلفزيون السويسري الألماني عرض الموضوع بالشكل الاتي: واجهة المعبد الاثري (مكان الحادث) مغطى درجاته بدماء غزيرة، والدماء كانت في الحقيقة سيل من الماء تم إضفاء لون الدم عليه من خلال برنامج كومبيوتر (كرافيك)، لغرض رفع مستوى الاثارة.

في ليبيا اثناء الثورة على القذافي عام 2011، كان مجلس الامن قد أصدر قرارا بالتدخل العسكري لحماية المدنيين وبدأت الطائرات الفرنسية والأمريكية بقصف مواقع كتائب القذافي وقصوره في طرابلس، حاول الاعلام الرسمي في التلفزيون توثيق قصف الطائرات الغربية لمواقع مدنية وسقوط ضحايا من المدنيين،

فعرض فلم فيديو لمنزل مواطن تم قصفه، وظهر منزل مهدم ورجل يحمل طفلة بين يديه، بين الأنقاض نار مشتعلة، سيارة اسعاف، لقطات سريعة عشوائية. يظهر الفيديو منزل مهدم، من دون اظهار اية نقطة دالة على الحي والشارع والمنطقة التي يقع المنزل فيها واستهدفها القصف، الليبيون على الأقل يمكنهم تأكيد الخبر عندما يتعرفون على المكان بوضوح، ولكن الفلم انحصر في مساحة المنزل، والنار المشتعلة فيه لا تبدو انها مشتعلة بفعل قصف طائرات، وحجمها اقل مما يفترض ان تكون، ومما زاد الامر غموضا انه لم يظهر أحد اخر غير الرجل والطفلة ورجال الإسعاف، لا أحد من الجيران، اين هذا المنزل؟، والرجل ظهر بملابس نظيفة وسط الركام، من هو؟،هل هو أحد افراد العائلة التي قصفت؟، ام قريب ام جار ام هو مجرد عابر يقدم العون، كما ان ملامح الرجل التعبيرية ما كانت تتماثل مع شخص يحمل طفلا مقتولا في جو من التوتر والارتباك، واللقطات السريعة والمبعثرة ما كانت لإظهار حقيقة القصف، في حين من المفترض اظهار المكان بكل دقة ووضوح لإثبات ان المنزل يقع في حي مدني، انتج الفلم على عجالة لمواجهة الاعلام المضاد للقذافي، ولم يكن في حينها قد توفر بعد حدث ناجم عن خطا عسكري مميت يمكن من خلاله اظهار الموت والدمار الناجم عن قصف الطائرات الغربية المدن الليبية والأماكن الامنة، ولم يكن بالإمكان الانتظار.

ان استغلال الأسلوب الدرامي لغرض الاثارة والتضليل لا يقتصر على الاخيار او الأشرار ولا على وسائل إعلامية بعينها ولا على مؤسسات دولية او حكومية يمكن احصائها، بل ان نسبة كبيرة مما يتعرض له المشاهد عبارة عن مواد امتزج فيها الاعلام بالدراما، ليس فقط الاخبار والتقارير والاعلانات، بل حتى البرامج الترفيهية والمنوعة، **جريا وراء التلفزيون الذي غالبا ما يلهث خلف الاثارة والسبق والكسب، حيث يكون كل شيء مباح حتى الشريط المزيف الذي قد يرسل من قبل شخص او جهة ما، وبغض النظر عن مصداقيته فان قنوات كثيرة تكون على استعداد لعرضه على انها مشاهد لواقعة حقيقية، لأغراض سياسية ودوافع اقتصادية، قد يتضح فيما بعد انه منتج درامي في بيئة اعلامية.**

التقنيات الدرامية التي تدخل في صنع الاعلام الدرامي:

تقنيات ادائية: وهي تتعلق بالأداء الصوتي والحركي والتعبيري الايمائي.

تقنيات بنائية: وهي تدخل في نسج القصة الخبرية وإعادة صياغة المادة الإعلامية في اطار درامي مشوق بالاعتماد على التقنيات الدرامية كـ (التوتر، المبالغة والتضخيم، الصراع، المفاجأة، الاستفزاز واثارة الانفعال).

تقنيات مشهدية: وهي التي تخلق بيئة فرجة واستعراض(سينوغرافيا) بالاستعانة بمؤثرات بصرية بأشكال مختلفة (مواد صناعية، اكسسوار، ألوان).

تقنيات خارجية(مصاحبة): مثل المؤثرات البصرية والسمعية.

وبناء على ما تقدم يرى الباحث بان علاقة الاعلام بالدراما تتخذ ثلاثة اشكال او مظاهر تبعا لعملية المعالجة ومستوى التغييرات ومقدار الاستعانة بتقنيات المسرح والدراما وهي:

أولا: مواد إعلامية معالجة بأسلوب المسرحة، كما حصل في مكتب (نوريجا)، حادثة الاقصر، مكتب (سلفادور الليندي)،

ـ يتم فيها إعادة ترتيب الكتل والعناصر في المكان الحقيقي ترتيبا مسرحيا(مسرحة)، وبإضافة مواد جديدة (اكسسوار)، بحيث تشير الى معاني محددة وتوحي الى تفسير وخلق انطباع معين لدى المتلقي.

ثانيا: مواد إعلامية وظفت تقنيات درامية على مستوى الأداء والتقديم مثل (الحاضنات)، (الصعود الى القمر).

يشترك في خلق هذا النوع من الاعلام عناصر حقيقية وأخرى افتراضية(درامية)، شخصيات حقيقية والبيئة(المكانية) مفترضة وغير حقيقية.

ثالثا: مادة درامية سوقت إعلاميا كما في ربورتاج (المسير الطويل)، الفلم الوثائقي(الاتصال)، وبرنامج (مكسر) ومجزرة (تيميشورا)، وهي مواد درامية خالصة، ولكن أهدافها إعلامية.

الفصل الثالث: إجراءات البحث

منهج البحث: المنهج الوصفي.

مجتمع البحث: المواد الإعلامية التي تستعين بالتقنيات الدرامية والمسرحية في معالجتها وإخراج موادها.

طريقة اختيار العينة: الطريقة القصدية.

عينات البحث: تم اختيار عينات تحتوي على عناصر وتقنيات درامية.

1.فئة الاعلام بصيغة درامية، عيناتها(ثلاثة) وهي: (برنامج الاتجاه المعاكس)، إعلان عن (برنامج الحدث) واعلان عن برنامج (عرب ايدل).

2.مواد إعلامية بتقنيات درامية (مزج الدراما بالإعلام): (قصة جيسيكا لنش)

3. فئة الدراما الإعلامية، فيديو(اغتصاب) من قناة دنيا.

تحليل العينات:

1.الاتجاه المعاكس:

عنوان الحلقة (حكام العراق بعد وثائق ويكيليكس) تاريخ بث الحلقة (2-11-2010)

استضاف البرنامج شخصيتين، أحدهما وكيل وزارة الثقافة العراقية يقف مدافعا عن الحكومة العراقية والأخر يهاجمها، يبدا مقدم البرنامج الكلام بجمل مشحونة بمعلومات خطيرة وتحريضية على شكل تساءل يطرحه معارض مجهول :(أليس حريا بالشعب العراقي بعد وثائق ويكيليكس أن يطالب فورا بمحاكمة نوري المالكي وشركاه من القتلة والمجرمين وإعدامهم فورا كما أعدم صدام حسين؟ يصيح معارض عراقي...الخ) ثم يستأنف الكلام بنفس الوتيرة وينتهي بفاصل. يبدا الضيف الاول كلامه بأبداء رايه بنتيجة الاستفتاء الذي يطرحه البرنامج على المشاهدين ولا تكون عادة لصالحه وذلك لدفعه نحو الارتباك من اللحظة الأولى، ينتقل الكلام الى الضيف الثاني المعارض للحكومة العراقية، يتهم الحكومة بالقتل والاغتصاب وانتهاك الاعراض، ينتفض الضيف الأول مقاطعا ومتهما المقابل برعاية الإرهاب والاجرام ، تبدأ الأمور بالتصاعد بفعل الاتهامات المتبادلة وارتفاع طبقة الصوت والاشارة باليد كل منهما بوجه الاخر لتأكيد جهة الاتهام، مقدم البرنامج لا يبدي اية حركة، بينما الضيفان بصوت مرتفع يكيلا الاتهامات لبعضهما البعض، يقف المقدم مشيرا إشارة صغير بيده نحو الأول للتوقف عن المقاطعة ونحو الثاني لإكمال حديثه، يجلس لبرهة ثم ينهض واقفا والكلام يستمر بين الضيفين بلا توقف وبنفس المفردات اللغوية والتي قد يسبب الضجر لدى المشاهد، فيتدخل مقدم البرنامج للإعلان عن فاصل زمني. يستأنف الحوار مرة اخرى ويتناوب المقدم بطرح الأسئلة على الطرفين وصولا الى ذروة أخرى في البرنامج، الطرفان يتواجهان ثانية وكل منهما يصب الاتهامات نحو الاخر، بغض النظر عن المعلومات المكشوفة فان موقف كل منهام لا يتغير. اجمالا هكذا تنتهي معظم حلقات البرنامج مع حالات تنتقل المواجهة الكلامية الى مواجهة واشتباك بالأيدي (حلقة 31-1-2012) او بالسلاح الأبيض (ما يتوفر على المنضدة من أدوات)، كما في حلقة (بتاريخ 17-6-2014).

الاتجاه المعاكس على (قناة الجزيرة)، يقوم في الظاهر على تقديم وجهة نظر طرفين في موضوع محدد يتم اختياره بعناية، يكون من المواضيع الساخنة او الراهنة، ويتم استضافة شخصين من الشخصيات

المختلفة في الراي، ولكن هذا لا يكفي لتحقيق النجاح للبرنامج او الحصول على نسبة مشاهدة مرتفعة واثارة الرغبة بمتابعتها اسبوعيا، الاستعانة بالأسلوب الدرامي بإمكانه ان يضفي حيوية وجاذبية استعراضية على البرنامج، بالمعالجة الدرامية التي تبدو في النقاط الاتية

1-اختيار شخصين معروفين، ليس باختلاف الراي فحسب بل هما متباعدين جدا على طرفي نقيض تماما. كل شخصية متحمسة لوجهة نظرها الى درجة التطرف، ومتمسك بوجهة نظره بقوة، وهي تتنكر للطرف الثاني مسبقا، سريعة الانفعال والتأثر، تقوم بردود أفعال عنيفة، شخصيات هي بطبيعتها تمتلك بذرة التوتر النفسي، ويمكن ان تستفز بسهولة، ولا تتمالك اعصابها.

2-مقدم البرنامج يمهد بإلقاء عدة أسطر على انها تساؤلات حول موضوع الحلقة من الجهتين. تهيئة الجو العام وشد انتباه المشاهد بكلمات واضحة واداء حماسي وصوت قوي. بناء المقابلة بين الطرفين لدفعهم نحو التصادم تدريجيا، بتقنيات درامية، الاستفزاز، لكلمات ذات الشحن الانفعالي، المقاطعة، الاسكات، خلق التوتر –الاستفزاز–دفع الأمور نحو التصعيد، يتدخل المقدم لطرح معلومات (الناس يقولون–البعض يقول لك)، او مقاطعة الضيف قبل اكمال فكرته–الاحراج، منح الضيفين زمن غير متساوي، او اسكاته، استفزاز من خلال مفردات معينة، استخدام السخرية الكلامية إعطاء وقت غير متوازن لاحد الطرفين مما يولد لديه شعورا بالغضب، وهو المطلوب كنوع من شحن الموقف والتوتر.

3-الأداء الصوتي–ارتفاع في طبقة الصوت، تغير النغمة الصوتية، تغير الإيقاع، التلوين الصوتي، بطريقة مسرحية من قبل مقدم البرنامج، الحركات–اليد–الراس، استخدام حركة الذراعين الى الأعلى توحي الى الرفض او الاستنكار، يقوم مقدم البرنامج بتأجيج الجو، من خلال حركة صاخبة، مثلا ضرب المنضدة بقوة، الايماءة والتعبير (الازدراء–الضحك–الابتسامة الساخرة)

4-يترك المقدم الضيفين الوصول الى ذروة المواجهة للحصول على ردود أفعال غير متوقعة(مفاجأة)، قد يكون موضع جدل واختلاف على شبكة الانترنت لعدة ايام. اذ بإمكان المقدم تهدئة الأمور، ولكنه لن يفعل ولا يحرك ساكنا لبرهة من الزمن لأنه بحاجة الى شيء من الدراما، لإضفاء الحيوية والجاذبية للبرنامج. وبينما يتظاهر المقدم بانه يحاول تهدئة الأجواء بين المتعاكسين عند حصول التوتر، فانه فعليا يتقصد اثارة الطرفين عند لحظة التصادم يتوقف المقدم عن الحركة، وهو ما يسمى بالعرف المسرحي عدم سرقة الانتباه، ليكون تركيز المشاهد على الفعل الأساسي. وهناك لحظة ترقب قد تدفع الأمور خارج السيطرة، ينتظر المشاهد مفاجأة ما، تأتي في بعض الأحيان، وتثير زوبعة من ردود الأفعال والتعليقات وينتشر المقطع على موقع اليوتيوب. وهو بالتالي نجاح للبرنامج

الإعلانات:

اعلان عن (برنامج الحدث) قناة العربية:

مجموعة من الأشخاص يشتبكون بالأيدي مع صراخ واصوات عالية، ومجموعة أخرى تشاهد الحدث على شاشة كبيرة، (نجوى قاسم) مقدمة البرنامج تتحدث، كاميرا تصور، شخص (يتفرج)على المشهد، لقطة لمجموعة وهي تشتبك بالأيدي، لقطة أخرى عدد من الاشخاص في المقهى ينظرون الى الشاشة، مجموعة أخرى تشتبك وهنالك كاميرا تصور الاشتباك، معكم نجوى قاسم برنامج الحدث اليوم على قناة العربية. وهناك اعلان ثاني عن البرنامج تظهر (نجوى قاسم) تتحدث، لقطات خلفية، تفجير دبابة، هجوم عسكري، انفجار.

اعلان عن برنامج (عرب ايدل) *:

-- برنامج عرب ايدل، على قناة (ام بي سي)، الموسم الثالثArab idel

لقطات متعددة لأناس، لقطة من الخلف لشاب ينظر باتجاه مدينة، شعار ام بي سي على يسار الشاشة، لقطة من الأعلى(عمودية) لمحل خضرة في شارع فرعي خالي ، ورقة صفراء تطير في الهواء بهدوء، – انتقالة– صالون حلاقة فتاة ترتب وتمشط شعرها ، لقطة لرجل يرتدي نظارة بلحية تتمايل ، لقطة رجلان مسنان يلعبان طاولة، لقطة بعض الفاكهة على الأرض وقدم رجل، فتاة تنظر الى السماء من داخل سيارتها، فتاة أخرى مغطاة الراس، تنظر الى السماء ويظهر ظل الورقة الصفراء منعكسة على زجاج السيارة،–انتقالة– الى مكتب اداري وهنالك رجل على الأرض وهو يحاول الإمساك بأوراق تتطاير من امامه واخر في العمق يحاول الإمساك بشاشة كومبيوتر ، اخرين فتيات ورجال يواجهون رياح قادمة ، رجل يحمل اقداح ماء في صينية ، الاقداح تتساقط والماء ينسكب، عودة الى محل الخضرة في الشارع الفرعي اقدام لأشخاص يركضون، انتقاله الى شارع وشاب يمتطي جوادا ، لقطة من داخل محل نحو الشارع واشخاص يتراكضون، شاب يصرخ والورقة الصفراء في الهواء، صوت مذيع في الراديو عشرات الالاف، مجموعة اشخاص يتدافعون، احدهم يسقط، واخر يرتقي فوقهم، شخص يحمل كاميرا واخر يحمل مكروفون ،رجال حماية(بودي كارد)بنظارات وملابس سوداء يمنعون تقدم الجموع، لقطة منفردة الورقة الصفراء تتدحرج وتظهر الكتابة باللغة الإنكليزية(ارب ايدل)، عودة الى الشارع شاب يسقط بينما اخرين يركضون، سيارة واقفة وسائق السيارة يتحدث مع شخص خارج السيارة ،يتفاجأ بقفز شاب من فوق السيارة، واخر يتدحرج واخرين يركضون، ثم يلتحق بهم سائق السيارة ومن كان يتحدث معه، الشارع الفرعي مرة اخرة البعض يركض ، والفواكه تسقط، بطيخ احمر يتحطم على الأرض، والاقدام تجري فوقه، يتزايد العدد الأشخاص يخرجون من الازقة والدروب، مرة أخرى الشاب مع جواده مستمر بالحركة، مياه تتناثر ، حركات مكررة، قفز وجري في الشارع الفرعي نفسه، ضوء مصباح سيارة النجدة، الاعداد تزيد الشاب على الحصان بين الجموع المهرولة، وهم يلاحقون الورقة الصفراء، يتوقفون بالتدريج بعد ان يروا اعضاء لجنة التحكيم، وتهبط الورقة الصفراء على الأرض، لقطات لوجوه أعضاء اللجنة ، تتعاقب مع لقطات وجوه

الأشخاص المتجمهرة، تطير الورقة ثانية، وخلفها ينطلق الحشد، قطع، كتابة على الشاشة "ابتدا المشوار" في الأسفل ارب ايدل ام بي سي، يتوقف صوت الموسيقى والمؤثرات الذي صاحب الفلم منذ البداية بلا توقف.

وانصب الاهتمام على خلق الاثارة، في الصوت وحركة الجموع الغفيرة والجري خلف ورقة تتطاير تدافع تزاحم، تحطم أشياء سقوط اشخاص، تقافز، اشكال مختلفة فتيات وشبان بملابس متنوعة، بالنتيجة، ماذا يجري، هل حدث زلزال؟ ام هنالك حريق يهرب منه الناس ام تسونامي ؟، كلا ابتدأ مشوار (عرب ايدل) وعلى الجميع الركض بأقصى سرعة للحصول على كارت الترشح من قبل اللجنة.

يظهر فيه كل عضو في إعلان منفرد، ينظر لبطاقة "آراب أيدول"، وهي تتطاير، وبه مؤثرات صوتية تدل على وجود كوارث تحدث.

ثانيا فئة دراما إعلامية

فيديو (اغتصاب)*

قناة دنيا (اغتصاب فتاة من قبل المعارضة السورية): عرضت القناة فيديو فتاة تدعي انها تعرضت للاغتصاب على يد إرهابيين ينتمون الى الجيش الحر، في ريف دمشق بمنطقة حرستا. يظهر وجه الفتاة مظلل بداعي الاحراج الاجتماعي والخجل، تقول الفتاة (يوم 18 بالشهر المسا، كنت راجعة لبيت اهلي بتكسي، دخلت السيارة طريق فرعي وقد لمحت خلفها سيارة سازوكي، ثم أوقفوا التكسي وقالوا للسائق نزل البنت الي معاك، انزلوها بالقوة) بعد شهادة الفتاة، يظهر شاب يدلي باعترافاته امام الكاميرا ويقول (انهم أوقفوا السيارة وانزلوا الفتاة بالقوة) وراح يروي حكاية الاغتصاب.

الفلم لم يظهر صورة الفتاة في الفيديو بداعي الخجل والحياء وتم إخفاء وجهها بالتظليل، وبذلك يكون الصوت هو الوسيلة الرئيسة لنقل الكلام والتعبير، ولكن عند التركيز على صوت الفتاة لا يظهر في

صوتها ذلك الغضب جراء(الصدمة النفسية أو **الجرح النفسي** والخجل والحياء التي يفترض انعكاسها في الصوت، مثل ثقل الكلمات في النطق، واهتزاز الصوت والحشرجة، وطبقة الصوت المنخفضة واحساس بالانكسار والالم، وهي ما ينبغي ان يكون عليه التعبير في مثل هذه الحالات النفسية من خلال التلوين الصوتي والايقاع والنغمة التي هي الوسيلة الفعلية للتعبير وليست الكلمات الملفوظة فحسب. وهذا يتطلب مهارة في التمثيل، يصعب على فتاة عادية القيام بها. ربما هذا الاستنتاج دحضه اعتراف الرجل، لكن أحد المنشقين عن النظام من العاملين في القناة سربوا الفلم الحقيقي الذي يظهر فيه وجه الفتاة من دون تظليل، اعترافاتها على النحو الاتي:(كنت راجعة على بيت اهلي، اخذت تكسي ولما وصلت حرسته دخل السائق من طريق **برعي)**، تتوقف الفتاة عن الكلام وقد ادركت انها ارتكبت خطا في نطق كلمة (فرعي)، تبتسم ثم تقول (هو كاتب طريق **برعي** مو كاتب طريق **فرعي)** –قطع–ثم تستأنف الكلام(بس ..قالوا) تنظر كأن شخص موجود امامها(يردد الكلمات) وهي تكرر من بعده، وهكذا يعاد التسجيل عدة مرات.

الفتاة **تمثل** دور الضحية وهي تخطأ بين فينة وأخرى ويعاد التسجيل، نسجت القصة وتم اختيار الكلمات وجرى تدريب الفتاة على القاء الجمل وتلقينها اثناء التسجيل، انها دراما إذاعية بتمثيل ضعيف، كان من الممكن ان تنطلي الاكذوبة على الاف المشاهدين وما كان أحد ليصدق ان ما عرضته القناة التلفزيونية ما هو الا دراما أنتج على عجل لأسباب سياسية.

اعتمد الفيديو على العبارات التي اختيرت بعناية –من قبل معدين في القناة–لغرض تهويل الفعل والصاقه بجهة معينة، وليس للتعبير فعلا عن حالة الاغتصاب. الفيديو ملفق بالكامل ويعتمد على تقنيات درامية (ادائية، ولغة لفظية،) كما ان الفتاة تم تدريبها على الكلمات والأداء، وتلقينها أيضا، وهو ما يشير الى انتاج الفيديو على عجل.

–التقنيات الادائية اقتصرت على الصوت للتعبير عن الحالة، وافتقد التعبير الى الاقناع.

–التقنيات البنائية اعتمدت على التهويل استخدام لغة ملفتة اساسا بسبب العوامل النفسية والاحراج الاجتماعي من تداول موضوعات كهذه على الشاشة.

–تقنيات مشهدية تتمثل بملابس الفتاة التي توحي بانها فتاة من عائلة سورية، وإطار مكاني يمثله الاستوديو من دون اية خلفية منظرية.

الميزانسين ونسج الحبكة الدرامية في قصة (جيسكا لينش):

–رواية الجيش الأمريكي

أعلن المتحدث باسم القيادة المركزية الأمريكية في السيلية بقطر في 2 ابريل 2003 أن القوات الخاصة الأمريكية أنقذت أسير حرب أمريكيا وعثرت علي11 جثة أمريكية خلال عملية إنقاذ دون إعطاء أية تفاصيل, ولكن المسئولون في وزارة الدفاع كشفوا فيما بعد أن الشخص الذي جري إنقاذه هو المجندة (جيسيكا لينش) من وحدة الصيانة507 التي كانت في عداد المفقودين إثر الكمين الذي تعرضت له وحدتها في الناصرية في23 مارس 2003 وأسفر عن مقتل جنديين وأسر خمسة آخرين، واعتبر ثمانية في عداد المفقودين، وجري إطلاق سراح جيسيكا ونقلها إلى وحدة تابعة للجيش الأمريكي بعد أن داهمت القوات الخاصة الأمريكية المستشفى الذي كانت محتجزة فيه لتلقي العلاج من الإصابات التي لحقت بها خلال الكمين.(4)الرواية الامريكية الرسمية، دعمها الجيش الأمريكي بمشاهد مصورة لعملية المداهمة حيث تم إخلاؤها من خلف خطوط العدو بواسطة قوات كوماندوس اميركية، بعد معركة ضارية بمختلف الاسلحة.

–رواية الاعلام الأمريكي

(جيسكا لينش) جندية في الجيش الأمريكي كانت ضمن قافلة تموين بالقرب من الناصرية تعرضت الى كمين نصبته القوات العراقية قاتلت جيسكا وابادت أعدادا كبيرة من العراقيين، قبل ان تنفد ذخيرتها وتسقط بالأسر بعد اصابتها بالرصاص، وإن 9 من أفراد القوة التي كانت تتبع لها جيسيكا قتلوا ونقلت جثثهم إلى أحد المستشفيات المحلية بالناصرية كان يحرسها فدائيون عراقيون. بعد 8 أيام هاجمت القوات الخاصة الأمريكية المستشفى ونشبت معركة حامية بينها وبين العراقيين، حتى نجحوا في العثور على جيسيكا مصابة فقط، تم تحريرها ونقلها بواسطة مروحية وكانت جيسيكا تعاني من جروح ناتجة عن طعنها بأسلحة وإطلاق رصاص عليها عملية الإنقاذ شملت ايضا استعادة جثتي قتيلين. وتم عرض فيلم بعنوان (إنقاذ المجندة جيسكا لينش) على الهواء في نوفمبر/تشرين الثاني عام 2003.

المعارك التي وقعت اثناء انقاذ المجندة جيسيكا على التلفاز، اظهر كأننا نشاهد فيلما من أفلام هوليود يصور على ارض المعركة، وقد تم اخلاء المجندة وهي على نقالة من المستشفى بشكل دراماتيكي، ثم على طائرة لخارج العراق. (10)

وكانت قصة المجندة الأمريكية قد تصدرت عناوين وسائل الإعلام العالمية نقلاً عن الإعلام الأمريكي.

الرواية الحقيقية:

ذهب العديد من الصحفيين الى الناصرية يتتبعوا الحقيقة وهناك ابلغ العاملون بمستشفى الناصرية الرئيسي، الصحافيين انهم شعروا بالدهشة عندما احضرت امرأة اميركية بسيارة إسعاف وهي مغمى عليها، وتعاني من كسور في الساقين واصابة في الرأس، بالإضافة الى جروح اخرى تعرضت لها في ما يبدو إثر حادث تعرضت له مركبة خلال معركة بين القوات الاميركية ومقاتلين عراقيين، قال الدكتور سعد عبد الرزاق، نائب مدير المستشفى الذي استقبل الحالة، ان جيسيكا لينش كانت على وشك الموت، وفي صباح يوم 31 مارس-2003 فر كل العسكريين الذين كانوا في مستشفى الناصرية، وقال العاملون هناك، انهم

أبلغوها أنهم سيأخذونها في اليوم التالي الى نقطة تفتيش اميركية، إلا ان وحدة القوات الاميركية الخاصة وصلت الى المستشفى اليوم نفسه ليلا.

وقد كشفتها (جيسيكا لينش) بنفسها، في شهادتها أمام الكونغرس قائلة أنها و"بعد تعرض حافلتها لهجوم في 23 آذار/مارس 2003م في العراق، أصيبت بكسر في ذراعها وقدمها وعمودها الفقري، وأن رواية الجيش بأنها قاتلت حتى آخر رصاصة على طريقة (رامبو)، غير صحيحة على الإطلاق"، وأن هذا الأمر نزل عليها نزول الصاعقة حين عادت إلى أمريكا للعلاج، فوجدت نفسها أسيرة وسائل الإعلام التي واصلت تكرار رواية البنتاغون الكاذبة. وأوضحت، أن دوريتها التي كانت في منطقة الناصرية، لمحت مسلحين في الشارع وعلى أسطح المباني المحيطة، وسرعان ما قُتل ثلاثة جنود أمريكيين جراء قذيفة صاروخية انفجرت في الحافلة، فيما قُتل ثمانية آخرين في الاشتباك الذي اندلع إثر الهجوم الصاروخي، لتستيقظ لاحقاً في إحدى غرف مستشفى عراقي.

أكدت شبكة (بي. بي. سي) على موقعها الإلكتروني أن قصة إنقاذ المجندة (جيسيكا لينش) هي قصة "وهمية وزائفة، وبها العديد من الثغرات"، وذلك بعدما تعقب (جون كامبفنر) مراسل الشبكة في واشنطن خيوط القصة كاملة في مدينة الناصرية العراقية ونشرها على موقع الشبكة الخميس 15-5-2003، وفي العام 2007، أعلنت أمام لجنة تابعة لمجلس النواب أن الجيش كذب بشأن عملية أسرها، وأنه تم تصويرها باعتبارها "الفتاة الرامبو الصغيرة"، مشيرة إلى أن قصة وقوعها في الأسر وتحريرها ليست حقيقية، ولكن بعد أربعة سنوات من بدأ الحرب، ليس بذي بال او أهمية ما تقوله جسيكا، انما ما احدثته حينها رواية البنتاغون المصورة من اثر في الاعلام.

التحليل:

القصة حادثة لو وضعت في اطارها الحقيقي لأعطت دلالات إيجابية للخصم، من حيث التعامل الإنساني والتعاطف مع جرحى العدو، والرعاية الصحية للأسير، أكثر مما تعطي للأمريكيين، ولا تحقق شيء له قيمة للجانب الأمريكي، من حيث البطولة والتفوق، ومبررات الحرب، وهي لا تمتلك اهداف سياسية وعسكرية، جسيكا لا تمتلك مواصفات البطل ولم تقم باي فعل يستحق اللقب، كما ان القوات الامريكية لم تشتبك مع القوات العراقية عند عملية الإنقاذ، حيث تم بعد انصراف القوات العراقية عن المستشفى.

لذلك لابد من إعادة تمثيل الواقعة بأسلوب درامي، بناء وترتيب قصة جديدة، وظروف أخرى ذو مغزى محدد، وتكون هي الصيغة الحقيقية المطروحة في الاعلام، بما يحقق الأهداف الاتية:

-اظهار الجيش الأمريكي بمستوى عال من الشجاعة في القتال، فالمجندة سقطت أسيرة بعد قتال عنيف وبعد ان تعرضت الى جروح عديدة، كما ان القوة التي هاجمت المستشفى عرضت افرادها للخطر من اجل انقاذ أسيرة من يد العدو.

-إخفاء الجانب الإنساني لدى الكادر الطبي العراقي.

-منح المواطن الأمريكي ما هو بحاجة اليه من قصص صادرة من ارض المعركة، وترسيخ صورة نمطية للجندي الأمريكي الذي-في الذاكرة الامريكية-يتمتع بمزايا بطولية خارقة، وهو يقهر الأعداء أينما كانوا. كيف صور الاعلام الأميركي انقاذ المجندة، كيف نسجت قصة حولها وجعلوا منها بطلة قومية، وهولوا الامر، وكأنه عمل عظيم كما قال بوش. الاسلوب الدرامي بإمكانه في اطار من التشويق والاثارة، ان يدعوك الى تجاهل حقيقة الحادثة، طالما ان أدوات الحادثة حاضرة، جسيكا والجنود والأسلحة والطائرات، وعند المقارنة بين الرواية الامريكية والحقيقية يتضح ما يأتي:

-نسجت الرواية بحبكة درامية ابطالها الأشخاص الحقيقين، وافعال لم يقوموا بها.

– جيسكا قاتلت حتى نفذت ذخيرتها، بينما كانت بندقيتها عاطلة لانها امتلأت بالرمال.

–أصيبت جيسيكا بالرصاص بينما لم تكن بها أي إصابات نتيجة إطلاق نار أو طعنات، بل كانت إصابتها ناجمة فقط عن حادثة سيارة عادية أدت لبعض الكسور والجروح الخفيفة

3.جيسيكا وقعت بالأسر ، والحقيقة انه تم اخلاءها من موقع الحادث.

4. القوات الخاصة قامت بتنفيذ عملية داهمت المستشفى بعد قتال شرس مع القوات العراقية، في حين ان الحرس انسحبوا من امام المستشفى قبل مجيء القوات الامريكية.

نتائج التحليل:

الاتجاه المعاكس

–يستعين البرنامج بعدد من التقنيات الدرامية لإضفاء جو من الجاذبية والحيوية واثارة انتباه المشاهد منها الالقاء بصوت مرتفع، كثرة استخدام الحركة باليدين والراس، واستخدام الايماءة في تعابير الوجه.

– بناء الحلقة تصاعديا بحيث يصل الى الذروة في لحظة تصادم الطرفين المتعاكسين، ومقدم البرنامج يدفع الأمور نحو هذه المرحلة بالاستفزاز وتحريض طرف ضد اخر ، وجرهما نحو المساحة الساخنة من الحوار حيث لحظة التقاطع الحاد ثم التجاوز على قواعد الحوار .

–العمل على توجيه الامور نحو الانفعال الشديد والتصادم لزيادة الاثارة من خلال توظيف العامل الزمني، إعطاء الفرصة الزمنية وفي الوقت المناسب لاحد الطرفين او توقف المقدم عن الكلام.

–اختيار توقيت الفاصل الإعلاني او تدخل المقدم حسب تقدير وتطور الموقف.

اعلان برنامج الحدث:

-خلق الاثارة من خلال استخدام التقنيات الادائية الصوتية كالصراخ والصوت المرتفع، وادائية حركية حيث مجاميع داخلة في صراع واشتباك.

-استخدام تقنيات فنية خارجية مؤثرات صوتية وموسيقية مستفزة، للإيحاء بالتوتر النفسي.

-التقنيات المشهدية(سينوغرافيا) تظهر في تصميم المكان وتوزيع العناصر والكتل والأدوات داخل المشهد.

-التقنيات البنائية تكمن في الصورة النهائية للإعلان، ورسالته (برنامج الحدث يكون دائما في مكان الحدث والكاميرا حاضرة على الفور)، ومكان الحدث عادة مكان يتصف بوجود اشتباكات وتوتر ومفاجئات.

اعلان عرب ايدل:

-طغيان الاثارة الدرامية على مضمون الرسالة.

-الاستعانة بالتقنيات الادائية كافة (الحركة والصوت والتعبير والايماءة)، وتتمثل عناصر الاثارة في سرعة الحركة واللقطة، الأشخاص، الحصان، القفز، الركض، الورقة تتطاير عليها اسم البرنامج والجميع يلاحقها.

-سقوط وتحطم الأشياء من اجل خلق شعور بالتوتر واثارة الترقب.

-الاستعانة بمؤثرات صوتية وموسيقى بإيقاعات لشحن المشاهد وجذب انتباهه.

فيديو الاغتصاب:

- تم الاستعانة بفتاة لا تمتلك خبرة في التمثيل لذلك افتقد أدائها الى التعبير السليم عن الحالة النفسية لضحية الاغتصاب.

-إخفاء وجه الضحية بداعي المحافظة على سمعة الفتاة وعدم فضحها، جعل الصوت هو الوسيلة الوحيدة **للتعبير** وهذا صعب من مهمة اقناع المشاهدين.

-عدم اخضاع الفتاة لفترة كافية من التدريب على الالقاء، والاعتماد على التلقين المباشر، افقد مضمون الفيديو قدرته على الاقناع.

قصة جيسيكا:

- -استخدمت التقنيات البنائية في نسج القصة وترتيب احداث **إضافية مزيفة** اليها بأسلوب التضخيم والمبالغة والتهويل.
- - الميزانسين المتبع هو ميزانسين فني تماما لا يختلف في شيء عما هو في السينما، من حيث تنظيم العناصر المتحركة داخل المشهد وحركة الكاميرا وزوايا اللقطة، بإيقاع فني وليس واقعي.
-
- -الاهتمام بخلق الاثارة من خلال المؤثرات البصرية والسمعية (أصوات الطائرات والاليات واصوات القذائف والرصاص).

-التقنيات الادائية تتمثل في حركة الجنود والاشخاص واصواتهم.

-اشتركت عناصر حقيقية تنتمي الى الواقعة فعليا مثل (الجندية جيسيكا والجثث والجنود والاليات، المستشفى)، ولكن في سينوغرافيا جديد، مع استبعاد عناصر اخرى تنتمي الى الواقعة كليا، مثل الأطباء والممرضين وغيرهم، فوضعت المادة الإعلامية في بيئة (فنية) مختلفة عن الأصل.

الاستنتاجات:

ان المقاربة بين فن الدراما والاعلام وبخاصة في التلفزيون أنتج ما أطلق عليه الباحث (الاعلام الدرامي) اعلام يُمزج بالدراما واتخذ مظهرين أساسيين هما:

أولا-اعلام بصيغة درامية وهو:

1. اعلام يقدم باستخدام الأسلوب الدرامي وتقنياته.

2.مادة إعلامية تستعير تقنيات درامية لزيادة الشحن الانفعالي واثارة الاهتمام وخلق التشويق، تدخل في صناعة القصة الخبرية، والبرامج الإخبارية، والاعلان.

3. **اعلام يصاغ بطريقة درامية، عملية مسرحة لحدث حقيقي اعلامي (اشخاص حقيقيين) بإضافة عناصر إضافية كالمؤثرات البصرية والسمعية وخلفيات منظريه خاصة، إعادة ترتيب** المكان الإعلامي واضافة عناصر أخرى اليه مثل (اكسسوار، أزياء، ألوان ومواد) **لخلق الاثارة والانطباع المطلوب.**

ثانيا-دراما إعلامية وهي:

1.مادة درامية تسوق على انها مادة اعلامية.

2. بيئة افتراضية تنتج وفقا لقواعد الفن الدرامي (قصة ذات حبكة درامية، تمثيل، اعداد مكان، عناصر بصرية وسمعية،) وفق ميزانسين معين.

3.عمل درامي ضمن المقاييس الفنية ينسب (إعلاميا) الى واقعة معينة لأغراض سياسية او غيرها.

ثالثا-مجالات الاعلام الدرامي:

يتسع مجال الاعلام الدرامي ليشمل الاخبار، التقارير والبرامج الاخبارية، الربورتاج، الإعلان.

رابعا–الأهداف:

1. تسويق الحقيقة الإعلامية وابرازها على حساب الحقيقة ذاتها، بنشر اخبار مضللة عنها.

2.توجيه الراي العام حول قضية ما سياسية او اجتماعية او اقتصادية وفق رؤية جهة التوجيه.

3. الهيمنة على النسبة الأكبر من جمهور المشاهدين.

4. الحصول على نسبة مشاهدة عالية.

5. كسب ارباح ان الهدف هو" زيادة عدد المشاهدين (نسبة الاقبال او الاوديمات)

قائمة المصادر:

1.http://www.alarabiya.net/ العربية–في 7–8–2004،

2.ايناسيو رامونة، الصورة وطغيان الاتصال، ترجمة نبيل الدبس، دمشق وزارة الثقافة، 1999.

3.آرثر آسا بيرغر، وسائل الاعلام والمجتمع، ترجمة صالح خليل، سلسلة عالم المعرفة، الكويت،2012

4.http://www.ahram.org الاهرام–ابريل– 2003–(عدد42486)–

5.بيير بورديو، التلفزيون واليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، دمشق، دار كنعان، 2004.

6.جان كلود برتراند، ادبيات الاعلام، ترجمة رباب العابد، بيروت، مجد للنشر، 2008.

7.جون ماكسويل هاملتون، جورج ا. كريمسكي، صناعة الخبر في كواليس الصحف الامريكية، ترجمة احمد محمود، القاهرة، دار الشروق،2002.

8.جونثان بيغنل، مدخل الى سيمياء الاعلام، ترجمة محمد شيا، بيروت/ مجد للنشر،2011.

9.د.ج فوسكت، سبل الاتصال، ترجمة حمد عبد الله، الرياض، 1993.

10.الدستور –العدد 16823–2014 –http://www.addustour.com

11.طارق عبد الرحمن، البناء الإخراجي للقطة بين الميزانسين والسينوغرافيا، بغداد، مجلة كلية الاداب، عدد98.

12.فؤاد الحاج، الصحافة العربية في استراليا، 2010.

13.فيليب تايلور، قصف العقول، ترجمة سامي خشبة، الكويت، عالم المعرفة،2000.

14.فرانسوا ليسلي، نقولا ماركيز، وسائل الاتصال المتعددة، ترجمة فؤاد شاهين، بيروت، عويدات للنشر.

15.كارولين ديانا لويس، التغطية الإخبارية للتلفزيون، ترجمة محمود شكري، المكتبة الاكاديمية، القاهرة،1993.

16.كاظم فنجان الحمامي: http:// www almustashar-iq.net

17.لطيف الحبيب http://www.sotaliraq.com:

18. (مالكوم لاغوش) و(جيف أرتشر)– ترجمة دجلة وحيد –http://www albasrah.net

19.مفكرة الإسلام http://islammemo.cc/

20.محمد الحضيف، وسائل الاعلام والجمهورحقيقة التأثير: http://www.islamtoday.net

21.محمد معوض، الخبر في وسائل الاعلام، القاهرة، دار الفكرالعربي،1994.

22.مصطفى شعبان: almesryoon.com.http:/ www

23.منير الجالودي، لعبة الأرقام في مظاهرات 30 يونيو: http://aljazeera.com

24.ميخائيل روم، أحاديث حول الإخراج السينمائي، ترجمة عدنان مدانات، بيروت، دار الفارابي، 1981.

25.نعوم تشومسكي، السيطرة على الاعلام، ترجمة اميمة عبد اللطيف، القاهرة مكتبة الشروق، 2003.

26.نزيه الشوفي، الثقافة الهدامة والاعلام الأسود، دمشق، اتحاد الكتاب العرب 2005.

27.هربرت، ا، شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، عالم المعرفة،1999.

(*) Https://www.youtube.com.

الفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية

أ. سيرين التيماني
الجامعة اللبنانية

الملخص

تدل الدراسات والأبحاث بمختلف دول العالم عن وجود فجوة رقمية في الإتصال بشبكة الإنترنت وإستخدامها. ونحن بدورنا نسأل ما إذا كانت الفجوة المماثلة موجودة في إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية. تهدف الدراسة الحالية إلى الإستدلال على الفجوة الرقمية ومعرفة أسبابها من خلال إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية ومعرفة إنعكاساتها على هذا الإستخدام، كما تهدف إلى معرفة الدور الذي تلعبه التركيبة الإجتماعية والثقافية والإقتصادية في المجتمع في كل هذا. وقد تكونت عينة الدراسة من 400 مفردة تم إختيارها عن طريق العينة العشوائية المنتظمة وزعت ضمن نطاق محافظة بيروت. تصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية، وتعتمد على منهج المسح بالعينة لمعرفة مدى إستخدام الأفراد للصحافة الإلكترونية اللبنانية والإستدلال من خلال هذا الإستخدام والإختلاف في الإستخدام على الفجوة بين الأفراد والأسباب التي تؤدي إلى حدوث هذه الفجوة. ولتحقيق أهداف الدراسة إستخدمت إستمارة إستبيان مكونة من 15 سؤال وزعت مباشرة، أي باليد من قبلنا بحيث تم تعبئتها مباشرة من قبل المبحوثين. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان أبرزها ما يلي:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة 12.117 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العمر وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة 108.666 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة 100.726 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الدخل وإستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة 122.228 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.

مقدمة

وفقاً للتقرير الصادر عن الإتحاد الدولي للإتصالات في جنيف في عام 2012 تمكن لبنان من ***إحراز تطورا ملموسا*** في قطاع الإتصالات، كما تمكن من تحسين معدلات الإختراق على شبكات الإنترنت الثابتة إذ إزداد عدد مشتركي خدمات الإنترنت الثابتة 3 أضعاف أو 241%، وإزداد عدد مستخدمي الإنترنت على الخليوي 3 أضعاف أو 196%، وإزداد عدد أجهزة الكمبيوتر الشخصي ضعفين أو 122% في عام 2012 (الأمم المتحدة، 2012، ص.32). فضلاً عن ذلك وإستناداً إلى إحصاءات موقع Alexa العالمي حول المواقع الأكثر إستخداماً في لبنان تبين سعة إنتشار الصحافة الإلكترونية بمختلف أنواعها أي التابعة لمؤسسات إعلامية أو حزبية أو إلكترونية النشأة بين أفراد المجتمع اللبناني. ورغم الدور الإيجابي لثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في إزدهار الصحافة الإلكترونية، إلا أنها خلقت هوة أو مسافة بين الجهات التي تملك الحواسيب ومتصلة بشبكة الإنترنت بالتالي تستطيع إستخدام الصحافة الإلكترونية وبين من لا يملكها وغير متصل بشبكة الإنترنت بالتالي يعجز عن متابعتها. وما نتحدث عنه يعرف "بالفجوة الرقمية" التي صاحبت إنتشار الصحافة الإلكترونية والتي تعد من بين أبرز التحديات التي تواجهها لتزيد الأمور سوءا. إذ أن الصحافة الإلكترونية تنتشر بسرعة مذهلة ويعجز المجتمع اللبناني بكل أطيافه وفئاته عن مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة ما يشكل عائقاً يحول دون متابعتهم لها. **وإنطلاقا مما سبق تكمن الإشكالية في محاولة الإجابة على التساؤل التالي: ما هي إنعكاسات الفجوة الرقمية على إستخدام المجتمع اللبناني للصحافة الإلكترونية؟**

في هذا السياق ينبثق عن إشكالية الدراسة العديد من التساؤلات، وهي:

1- ما هو حجم إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية من قبل أفراد العينة؟
2- هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين الجنس؟
3- هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين العمر؟
4- هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين المستوى التعليمي؟
5- هل توجد علاقة بين الإستخدام أو عدمه وبين مستوى الدخل؟

أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة بما يلي:

- الإستدلال على الفجوة الرقمية من خلال إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية
- معرفة الدور الذي تلعبه التركيبة الإجتماعية والثقافية والإقتصادية في المجتمع في حدوث الفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجتمع معين، أو موقف معين، أو جماعة، أو فرد، كما تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف من مجموعة من الأحداث، للحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة عنه.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة للإستدلال على الفجوة الرقمية من خلال إستخدامات الصحافة الإلكترونية اللبنانية، ويعد هذا المنهج من أنسب المناهج لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي، بدراسة أكبر قدر ممكن من المتغيرات في وقت واحد.

أدات جمع البيانات:

إنطلاقاً من إشكالية الدراسة وموضوعها تم إستخدام إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات من مستخدمي الصحافة الإكترونية اللبنانية. وصممت بما يتناسب وهدف الدراسة، وتضمنت مجموعة من الأسئلة تسهم في الوصول إلى هذا الهدف والإجابة عن إشكاليتها وتساؤلاتها.

مجتمع الدراسة:

تم إختيار عينة عشوائية منتظمة قوامها 400 مفردة وزعت ضمن نطاق منطقة بيروت. ونرجع إختيارنا لمدينة بيروت للأسباب التالية: أن مدينة بيروت تغطيها خدمات الإنترنت بالكامل، ورغم وفرة شبكة الإنترنت ووسائل الإتصال مقارنة بالأرياف والقرى لاحظنا إختلال قائم بين أفراد المدينة يهدد في صورة وجوده بإحداث فجوة رقمية داخلية.

أسلوب جمع البيانات

بعد المراجعة الدقيقة لكافة الإستمارات التي تم تعبئتها، تم إدخال البيانات على برنامج التحليل الإحصائي Spss.

الدراسات السابقة:

قام Nguyen & Western (2007) بإجراء دراسة بعنوان Socio-structural correlates of online news and information adoption/use implications for the digital divide تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل أنماط تعرض الأستراليين للأخبار على شبكة الإنترنت، ومعرفة الدور الذي تلعبه التركيبة السوسيو إقتصادية في هذا الإستخدام والإستدلال من خلالها على الفجوة الرقمية بين الفئات العلمية والعمرية والاقتصادية المختلفة. وتم إستخدام الإستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين، وقد إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وذلك بإستخدام منهج المسح بالعينة وتطبيقه على عينة قوامها 4270 فردا من الأستراليين. وتعتمد هذه الدراسة على نظرية نشر المبتكرات. وتوصلت الدراسة أن الافراد ذوي المستوى التعليمي والدخل المرتفع يعتمدون على الأخبار على شبكة الإنترنت بشكل أكبر.

أجرى Goldfarb & Prine (2008) دراسة بعنوان Internet Adoption and Usage Patterns are Different: Implications for the Digital Divide هدفت الدراسة إلى إظهار مدى إختلاف إستخدام الإنترنت وفقاً للخصائص الديمغرافية لأفراد العينة. وتوصلت الدراسة أن أنماط إستخدام الإنترنت تختلف بإختلاف الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة. كما بينت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين الدخل والتعليم وإستخدام الإنترنت، بالمقابل إتضح وجود علاقة سلبية بين الدخل والتعليم والساعات التي يقضيها أفراد العينة في إستخدام الإنترنت. ويمكن تفسير هذه النتيجة أن الأفراد ذوي الدخل المنخفض يقضون المزيد من الوقت على الإنترنت نظراً لإنخفاض تكلفتها مقارنة بنشاطات أخرى يمكنهم القيام بها من أجل قضاء وقت الفراغ. كما أكدت الدراسة وجود فجوة رقمية، وهذه الفجوة في أنماط إستخدام الإنترنت يرجعها الباحثين إلى كلفة إشتراك الإنترنت.

قام علي (2014) بدراسة في سوريا بعنوان "مجتمع المعلومات والفجوة الرقمية في الدول العربية". تتلخص أهدافها بالتعرف على مستويات التطور في مؤشرات مجتمع المعلومات في البلدان العربية، والتعرف على حجم الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامي، كذلك معرفة حجم الفجوة الرقمية بين الدول العربية والدول المتقدمة. تعتمد الدراسة أسلوب العمل المكتبي في الوصول إلى البيانات والمنهج الوصفي التحليلي في قياس الفجوة الرقمية، وأسلوب التحليل الإحصائي الكمي للبيانات من المصادر الإحصائية العربية والدولية، واستخدام تقنيات القياس باستخدام منحنى لورانس وعامل جيني في قياس الفجوة الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى أن عدداً من الدول العربية قد تمكنت من تحقيق تطور كبير في تنمية تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بين عامي 2002 و 2008 ومؤشرات الأرقام القياسية الفرعية (النفاذ- الاستخدام- المهارات) وفي مقدمة الدول العربية كانت الإمارات والبحرين ضمن التصنيف العالمي الأول (العالي) وباقي دول مجلس التعاون الخليجي في التصنيف الثاني (المرتفع). أما غالبية الدول العربية

الأخرى فقد تخلفت في الترتيب إلى التصنيف (الثالث) المتوسط (والرابع) المنخفض. وهكذا فإن الفجوة الرقمية في هذه المؤشرات بين غالبية الدول العربية والدول المتقدمة ما تزال كبيرة.

مصطلحات الدراسة:

1- الفجوة الرقمية

بحسب برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (2012) الفجوة الرقمية تعني الهوة بين الأشخاص الذين لديهم وصول فعال للتكنولوجيا الرقمية وتكنولوجيا المعلومات وبين أولئك الذين يتوفر لهم وصول محدود أو لا يتوفر على الإطلاق. وتشمل عدم التوازن فيما يتعلق بكل من الوصول المادي إلى التكنولوجيا والموارد والمهارات اللازمة للمشاركة بفعالية كمواطنين يستعملون التكنولوجيا الرقمية، ولهذا السبب لا يملكون نفس الفرص للتنمية الاجتماعية والإقتصادية.

وقد عرف الإتحاد الدولي للإتصالات هذا المفهوم بالقول: الفجوة الرقمية هي الإختلاف بين من يملك ومن لا يملك فرص النفاذ أو الوصول إلى المعلومات عبر وسائل وتقنيات الإتصال الهاتف الثابت والمحمول والحاسوب والإنترنت وخدمة الحزمة العريضة (وقد تكون الفجوة الرقمية بين البلدان المتقدمة والنامية، أو بين البلدان ضمن المجموعة الجغرافية الواحدة، أو في البلد الواحد بين الريف والمدينة، أو بين السكان بحسب خصائص (العمر، والجنس، والدخل، والعرق) (ITU,2010, p.40).

2- الصحافة الإلكترونية

يرى الحمامي (2012) أن الصحافة الإلكترونية "تشمل مواقع الوب التي تديرها المؤسسات الإعلامية سواء أكانت تلك المواقع امتدادا لمضامين إعلامية تقليدية (كمواقع الصحف المكتوبة والإذاعات والتلفزيونات ووكالات الأنباء) أو نتاجا لصحافة الكترونية محض. كما تخضع مضامين المواقع الإعلامية لمقاييس ومعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنيا، سواء في مستوى الكتابة أو في مستوى الإخراج أو في مستوى الأخلاقيات المهنية. ويمثل الصحفيون الفاعل الرئيسي في المنظومة الإعلامية، بالرغم من أن التطبيقات التفاعلية تفتح المجال للأفراد للمساهمة في إنتاج المضمون إلا أن الصحفي يبقى الفاعل الأساسي في مستوى إنتاج المضامين الصحفية"(ص.ص.3-4).

3- الإستخدام

تعرف إجرائيا بأنها مجموعة الأسباب التي تدفع الأفراد للتعرض للصحافة الإلكترونية (الرحباني، 2009، ص.6). ونعني بها بهذه الدراسة إستعمال هذه الصحافة لغاية ما والإنتفاع منها، أما عدم الإستخدام فهو عدم إستعمالها والإنتفاع منها لمجموعة من الأسباب.

المدخل النظري للدراسة (مدخل نشر الأفكار المستحدثة Innovations diffusion)

تتبنى الدراسة مدخل نشر الأفكار المستحدثة، بإعتباره يهتم بكيفية نشر التكنولوجيا والأفكار الجديدة، ويركز على مراحل تبني هذه الوسائل الجديدة. حيث يرى Rogers صاحب هذه النظرية أن نظرية إنتشار المستحدثات تعتمد على أسس إتصالية، فإنتشار المستحدثات من الأفكار والتكنولوجيا بين الأفراد يتم من خلال الحملات الإعلامية إضافة إلى الإتصال الشخصى الذى يساهم فى نشر هذه الأفكار والمستحدثات، وصحيح أن تطبيق هذه النظرية فى بدايته ارتبط بالمجتمعات الريفية لا سيما فى مجال الزراعة بهدف تقييم وتطوير الخدمات الزراعية وتطوير سبل الاتصال بالمزارعين فى الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أن هذه النظرية حظيت بإهتمام العديد من الدراسات الإعلامية فى أمريكا. وتعتبر نظرية إنتشار المستحدثات تبني الأفراد للجديد من الأفكار والتكنولوجيا فى ضوء مجموعة من العوامل أهمها العوامل الإجتماعية وتشمل نوع المجتمع، تأثير الأسرة، وتأثير جماعات الأصدقاء والعضوية فى إحدى الهيئات أو المنظمات، والعوامل الديموغرافية وتشمل تأثير السن والتعليم والنوع والمستوى الإقتصادي، والعوامل الثقافية وتشمل تأثير القيم والإتجاهات على عملية التبني، وعوامل أخرى تتصل بخصائص الفكرة أو المستحدث وتشمل التكلفة الإقتصادية للمستحدث، وسماته من حيث البساطة والتعقيد، وقابلية المستحدث للتجريب (الترban، 2007).

نتائج الدراسة ومناقشتها:

- **متابعة الصحافة الإلكترونية اللبنانية**

جدول رقم (1)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية		
	التكرار	النسبة المئوية
نعم	304	%76.0
لا	96	%24.0
المجموع	400	%100

تظهر نتائج الجدول رقم (1) أن 304 فرداً بنسبة مئوية مقدارها 76.0% من أفراد العينة يتابعون الصحافة الإلكترونية اللبنانية، بالمقابل نجد أن 96 فرداً بنسبة 24.0% من أفراد العينة لا يتابعونها. وتؤكد تلك النتيجة عن أهمية شبكة الإنترنت كوسيلة إعلامية لها دوراً هاما في حياة الأفراد في مجال متابعة الأخبار.

- **الأسباب الإجتماعية للفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية**

- **الجنس**

جدول رقم (2)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقاً للجنس				
		نعم	لا	المجموع
ذكر	ك	188	40	228
	%	%82.5	%17.5	%100
أنثى	ك	116	56	172
	%	%67.4	%32.6	%100
المجموع	ك	304	96	400
	%	%76.0	%24.0	%100

يتبين من الجدول (2) أن النسبة الأعلى من الجنسين يتابعون الصحافة الإلكترونية اللبنانية إذ بلغت 82.5% للذكور، مقابل 67.4% للإناث. وبحساب قيمة Chi^2 لإيجاد العلاقة بين الجنس وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (3) ما يلي:

جدول رقم (3)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين الجنس وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مربع كاي	**12.117**	1	**0.000***
معامل التوافق	**11.308**	1	**0.000***
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.05			

وجود علاقة بين الجنس وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي 12.117 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.

- **العمر**

جدول رقم (4)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقاً للعمر						
	نعم		لا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
]20-18]	4	%20.0	16	%80.0	20	%100
]25-20]	47	%85.5	8	%14.5	55	%100
]30-25]	60	%83.3	12	%16.7	72	%100
]35-30]	60	%83.3	12	%16.7	72	%100

]35-40]	40	90.9%	4	9.1%	44	100%
]40-45]	45	100.0%	0	0%	45	100%
]45-50]	12	50.0%	12	50.0%	24	100%
]50-55]	24	75.0%	8	25.0%	32	100%
]55-60]	8	40.0%	12	60.0%	20	100%
]60-65]	4	33.3%	8	66.7%	12	100%
أفراد لم يختاروا متغير العمر	0	0%	4	100%	4	100%
المجموع	304	76.0%	96	24.0%	400	100%

يشكل العمر عائقاً أمام إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، فالفجوة الرقمية تنشأ أكثر ما تنشأ في المراحل العمرية الأولى والمتأخرة من الحياة (علي، د.ت)، ويمكن تأكيد هذا القول بنتائج الجدول رقم (4) الذي يبين أن النسبة الأعلى من الذين لا يستخدمون الصحافة الإلكترونية اللبنانية تتراوح أعمارهم ما بين [18−20] اذ بلغت 100%، وما بين خمسون عاماً وما فوق إذ بلغت 50.0% للفئة العمرية التي تتراوح ما بين [50−55[، 60.0% للفئة العمرية التي تتراوح ما بين [55−60[، 66.7% للذين تتجاوز أعمارهم الستين. يمكن تفسير هذه النتيجة أن الفئات العمرية الأصغر سنا 20 عاماً وما دون يميلون لإستخدام الإنترنت لمجالات أخرى، بالمقابل الفئات العمرية الأكبر سنا لا يجيدون إستخدام الإنترنت بالتالي يعجزون عن متابعة الأخبار. كما تؤكد هذه النتيجة عن وجود إنقسام رقمي بين جيلين، الجيل الأصغر سنًا من المولعين بالتكنولوجيا الجديدة والخدمات المصاحبة لها، يستوعبونها جيدًا وهم من السباقين في إستخدامها، والجيل الأكبر سنًا الذين لم يواكبوا التكنولوجيا الجديدة والخدمات المصاحبة لها، ولم يستوعبونها جيدًا وهم متأخرين في إستخدامها ويشاهدون بفتور العالم الرقمي يدور من حولهم وهذه الفجوة الرقمية بين الأجيال هي واقع ملموس في البلدان المتقدمة والبلدان النامية على حد سواء.

وتتفق هذه النتيجة مع نظرية نشر الأفكار المستحدثة حيث تبين أن غالبية الأفراد الذين يستخدمون الصحافة الإلكترونية هم من فئة الشباب ومستواهم التعليمي جامعي ما يتفق مع النزعة للتغير وقبول تبني الابتكارات والمستحدثات. وبحساب قيمة Chi^2 لإيجاد العلاقة بين العمر وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (5) ما يلي:

جدول رقم (5)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين العمر وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مربع كاي	**108.666**	10	**0.000***
معامل التوافق	**107.199**	10	**0.000***
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.05			

وجود علاقة بين العمر وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي 108.666 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.

- **الأسباب الثقافية للفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية**

جدول رقم (6)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقا للمستوى التعليمي				
		نعم	لا	المجموع
أمي	ك	0	4	4
	%	%0	%100	%100
يقرأ ويكتب	ك	4	12	16
	%	%25.0	%75.0	%100
ابتدائي	ك	4	16	20
	%	%20.0	%80.0	%100
متوسط	ك	1	23	24
	%	%4.2	%95.8	%100
ثانوي	ك	15	16	31
	%	%48.4	%51.6	%100
جامعي	ك	160	32	192
	%	%83.3	%16.7	%100
دراسات عليا	ك	96	16	112
	%	%85.7	%14.3	%100
المجموع	ك	304	96	400
	%	%76.0	%24.0	%100

تشكل الجوانب الثقافية عائقاً أمام إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، وبحسب نتائج الجدول رقم (6) يتبين أن النسبة الأعلى من الذين يتابعون الصحافة الإلكترونية مستواهم التعليمي جامعي وما فوق، بالمقابل النسبة الأعلى من الذين لا يتابعونها مستواهم التعليمي ثانوي وما دون. إذاً كلما كان هناك حظ وافر في التعليم، كان هناك خط مماثل في إدراك المعلومات وأهميتها وفي إستخدام الإنترنت من أجل الحصول على الأخبار (علي، د.ت)، فبيئة التعليم خير حافز لأصحابها لتوجيههم لاكتساب المعلومات من خلال الصحافة الإلكترونية، ومن الطبيعي أن تنشأ الفجوة الرقمية في بيئة غير ذلك، حيث تنتشر الأمية وعدم إدراك الأفراد لأهمية المعلومات، وعدم استيعاب التكنولوجيا الحديثة والتعامل مع معطياتها وفهم معالمها. ولم تعد الأمية في عصرنا الراهن منحصرة في عدم القدرة على القراءة والكتابة فقط وإنما أيضاً عدم القدرة على تشغيل الكمبيوتر والبحث عن المعلومات على شبكة الإنترنت وعدم إستيعاب التكنولوجيا الحديثة والتعامل مع معطياتها وفهم معالمها وهو ما يعرف بالأمية المعلوماتية. وبحساب قيمة Chi^2 لإيجاد العلاقة بين المستوى التعليمي وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (7) ما يلي:

جدول رقم (7)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين المستوى التعليمي وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة
مربع كاي	**100.762**	6	**0.000***
معامل التوافق	**93.610**	6	**0.000***
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.05			

وجود علاقة بين المستوى التعليمي وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي 100.726 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.

- **الأسباب الإقتصادية للفجوة الرقمية وإنعكاسها على إستخدام الصحافة الإلكترونية**

جدول رقم (8)

متابعة أفراد العينة للصحافة الإلكترونية اللبنانية وفقا للدخل الشهري						
	نعم		لا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
675,000 ل.ل و ما دون	20	%62.5	12	%37.5	32	%100
]1,000,000-675,000[	27	%62.8	16	%37.2	43	%100
]1,500,000-1,000,000[	20	%83.3	4	%16.7	24	%100
]2,000,000-1,500,000[	28	%87.5	4	%12.5	32	%100
]2,500,000-2,000,000[	48	%85.7	8	%14.3	56	%100
]3,000,000-2,500,000[	44	%100	0	%.	44	%100
]3,500,000-3,000,000[	16	%100	0	%.	16	%100
]4,000,000-3,500,000[	25	%100	0	%.	25	%100
]4,500,000-4,000,000[	28	%100	0	%.	28	%100
]5,000,000-4,500,000[	8	%100	0	%.	8	%100
5,000,000 وما فوق	24	%66.7	12	%33.3	36	%100
أفراد لم يجيبوا / أو لا يعملون	16	%28.6	40	%71.4	56	%100

كما يبين الجدول رقم (8)، يلعب الدخل الشهري للأفراد دوراً هاما في العالم الرقمي فالنسبة الأعلى من الذين لا يستخدمون الصحافة الإلكترونية اللبنانية يبلغ دخلهم الشهري 675،000 ل.ل وما دون. فالتدهور الإقتصادي وتدني الأجور يحد من قدرة الأفراد على إقتناء الوسائل اللازمة للإشتراك بالإنترنت، أو تسديد إشتراك الإنترنت ما ينعكس سلباً علة متابعة الصحافة الإلكترونية. وفي لبنان، الحد الأدنى للأجور، لا يزال على حاله (675000) منذ العام 2012، فضلاً عن ذلك يعاني المجتمع اللبناني من آفات الفقر والحرمان وإنعدام خطط التنمية الواقعية. وتظهر دراسة للأمم المتحدة أرقاماً مخيفة عن "السكان الضعفاء" بما يقارب مليون ونصف مليون لبناني "ضعيف"، يتواجدون في 242 منطقة عقارية موزعة على كل لبنان من أقصى الشمال الى أقصى الجنوب مروراً بسهل البقاع والعاصمة بيروت والضواحي الجنوبية والشرقية، ويعيشون جميعاً وسط تدهور خطير وسريع على صعيد التوترات الاجتماعية والفقر بما يفوق قدرة الدولة والمؤسسات والبنى التحتية على تلبية الحاجات المتعاظمة (عطاالله، 2015). وبحساب قيمة Chi^2 لإيجاد العلاقة بين مستوى الدخل الشهري وإستخدام الصحافة الإلكترونية تبين من الجدول (9) ما يلي:

جدول رقم (9)

إختبار Chi^2 للعلاقة بين مستوى الدخل الشهري وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية			
الإختبار	قيمة الإختبار المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة

مربع كاي	**122.228**	11	**0.000***
معامل التوافق	**137250**	11	**0.000***
*دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.05			

وجود علاقة بين مستوى الدخل وبين إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية، حيث تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة تساوي 122.228 ومستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع ما توصل له Nguyen & Western (2007) في هذا الشأن، إذ تبين أن الافراد ذوي المستوى التعليمي والدخل المرتفع يعتمدون على الأخبار على شبكة الإنترنت بشكل أكبر. كذلك تتفق نتيجة هذه الدراسة مع ما توصل له Goldfarb & Prine (2008)، إذ أشارت نتائج الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين الدخل والتعليم وإستخدام الإنترنت، بالمقابل إتضح وجود علاقة سلبية بين الدخل والتعليم والساعات التي يقضيها أفراد العينة في إستخدام الإنترنت. ويمكن تفسير هذه النتيجة أن الأفراد ذوي الدخل المنخفض يقضون المزيد من الوقت على الإنترنت نظراً لإنخفاض تكلفتها مقارنة بنشاطات أخرى يمكنهم القيام بها من أجل قضاء وقت الفراغ. كما أكدت الدراسة وجود فجوة رقمية، وهذه الفجوة في أنماط إستخدام الإنترنت يرجعها الباحثين إلى كلفة إشتراك الإنترنت.

بشكل عام يمكن القول أن إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية من قبل أفراد العينة يرتبط بعدة عوامل أبرزها: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مستوى الدخل. ويتفق هذا مع نظرية نشر الأفكار المستحدثة التي تشير أن تبني الأفراد للجديد من الأفكار والتكنولوجيا إنما يحدث في ضوء مجموعة من العوامل أهمها العوامل الإجتماعية وتشمل نوع المجتمع، تأثير الأسرة، وتأثير جماعات الأصدقاء والعضوية فى إحدى الهيئات أو المنظمات، والعوامل الديموغرافية وتشمل تأثير السن والتعليم والنوع والمستوى الإقتصادي، والعوامل الثقافية وتشمل تأثير القيم والإتجاهات على عملية التبني، وعوامل أخرى تتصل بخصائص الفكرة أو المستحدث وتشمل التكلفة الإقتصادية للمستحدث، وسماته من حيث البساطة والتعقيد، وقابلية المستحدث للتجريب (الترבان، 2007).

خلاصة

على الرغم من ***إحراز*** لبنان ***تطورا*** ملموسا في قطاع الإتصالات وتحسين معدلات الإختراق على شبكة الإنترنت (الثابتة والخليوي) من جهة وشيوع إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية من جهة أخرى، لكن لا يزال هناك عدد كبير من الأفراد ليس لديهم إمكانية الحصول على الأخبار عبر الصحافة الإلكترونية حتى ضمن نطاق مدينة بيروت التي تغطيها شبكة الإنترنت بالكامل ما يعكس وجود فجوة رقمية بين الأفراد. ولهذه الفجوة أسباب عدة إقتصادية وثقافية وإجتماعية إنعكست سلباً على إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية. فضلاً عن الأسباب السياسية ومن أبرزها صعوبة وضع سياسات التنمية المعلوماتية حيث تتسم هذه العملية بالتعقد، والأسباب التكنولوجية حيث أن سرعة التطورات التكنولوجية تزيد من صعوبة اللحاق

بها من قبل الأفراد. لذا أمام هذا الواقع، وإنتشار الأمية والفقر وضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع تعجز الصحافة الإلكترونية اللبنانية عن لعب دورها في المجتمع ومد الجمهور المتلقي بالأخبار والمعلومات مما يزيد من إدراكه وبالتالي تفاعله مع المجتمع الذي من حوله. ونظراً للأهمية التي تضطلع بها الصحافة الإلكترونية علينا في لبنان أن نبدأ بمجموعة من الإستراتيجيات الكبرى المتكاملة في آن واحد ومن أبرزها مواجهة حالة الأمية المعلوماتية. وتفعيل ما تبذله وزارة الإتصالات من جهود في هذا الصدد إذ أطلقت في أول تموز الفائت من العام الحالي خطة الإتصالات في لبنان بعنوان رؤية الرقمية – لبنان 2020، وهي خطة خمسية لتغطية لبنان بكامله بخدمة الألياف الضوئية في حلول الـ 2020، وهذه الخطة الإستراتيجية سيتيح لقطاع الإتصالات في لبنان تقليص الفجوة الرقمية من خلال تمكين المواطنين من الإستفادة من العالم الرقمي أينما كانوا في المدن والقرى والأرياف. والعمل بهذا الإتجاه من شأنه أن ينعكس إيجابا على إستخدام الصحافة الإلكترونية اللبنانية وتعزيز دورها ومكانتها في المجتمع (الوكالة الوطنية للإعلام، 2015).

قائمة المراجع

- الأمم المتحدة (2012). *توظيف قدرات وإمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية المحلية: دليل توجيهي عملي في خدمة صانعي القرار للسياسات المحلية عبر حوض البحر الأبيض المتوسط*. جنيف.
- التربان، ماجد (2007). الصحافة الالكترونية الفلسطينية. أطروحة دكتوراه. القاهرة: معهد البحوث والدراسات العربية.
- الحمامي، صادق (2012، حزيران 15). *الصحافة الإلكترونية سياقات الإبتكار والتجديد*. ورقة بحثية عرضت في النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين ومؤسسة بانوس باريس، تونس.
- الرحباني، عبير شفيق جورج (2009). *إستخدامات الصحافة الإلكترونية وإنعكاساتها على الصحف الورقية اليومية في الأردن*. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الاداب، قسم الإعلام، الأردن.
- الوكالة الوطنية للإعلام (تشرين الأول 15، 2015). حرب تقدم ب3 توصيات إلى مؤتمر الإتصالات في بودابست: حيادية الشبكة والتعاطي العادل مع المستخدمين واحترام الخصوصية. إسترجاعه في 2015/11/19 منhttp://nna-leb.gov.lb/ar/show-news/185090/nna-leb.gov.lb/ar
- عطاالله، بيار (نيسان 4، 2015). ستة ملايين نسمة في لبنان نصفهم "محتاجون" 61 في المئة نسبة ارتفاع أعداد الفقراء... و"الخير لقدام". موقع صحيفة النهار، تم إسترجاعه في 2015/11/19 من

http://newspaper.annahar.com/article/226733%D8%B3%D8%AA%D8%A9%D9%85%D9%84%D8%A7%D9%8A%D9%8A%D9%86%D9%86%D8%B3%D9%85%D8%A9%D9%81%D9%8A%D9%84%D8%A8%D9%86%D8%A7%D9%86%D9%86%D8%B5%D9%81%D9%87%D9%85%D9%85%D8%AD%D8%AA%D8%A7%D8%AC%D9%88%D9%866%D9%88%D9%8661%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A6%D8%A9%D9%86%D8%B3%D8%A8%D8%A9%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D8%A3%D8%B

9%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1

- علي، حسين السمير (د.ت). العرب والفجوة الرقمية. تم إسترجاعه في 2015/11/19 http://acrslis.weebly.com/uploads/1/6/0/7/16070576/arab_and_digital_divide.pdf
- علي، سمير الشيخ (2014). مجتمع المعلومات والفجوة الرقمية في الدول العربية. تم إسترجاعه في 2015/11/19 من http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/human/images/stories/1-2-2014/a/349-391.pdf
- Goldfarb, A., Prince, J. (2007). *Internet Adoption and Usage Patterns are Different: Implications for the Digital Divide*. Retrived 19/11/2015 from http://www.researchgate.net/profile/Avi_Goldfarb/publication/222523499_Internet_adoption_and_usage_patterns_are_different_Implications_for_the_digital_divide/links/540efff80cf2d8daaad04b9b.pdf
- ITU (2010). Measuring the Information Society, the ICT Development Index, Geneva.
- Nguyen, A., and Western,M. "Socio-structural correlates of online news and information adoption/use implications for the digital divide." *Journal of Sociology* 43.2 (2007): 167-185.

المشاركون

د. دبيش فاتح

أ. مختار جلولي

د. إسماعيل نوري الربيعي

د. إيكومات شفيق

د. بلقاسم بن روان

أ. منـــال كبور

د. يسرى خالد ابراهيم

د. فؤاد علي احمد،

د. ابراهيم سعيد فتح الله،

د.ابتسام اسماعيل قادر

أ.هاديا بو مجاهد أبي فرام

أ.فادية حسين

أ- طبيب شريفة

د.عبدالرزاق الدليمي

أ. احمد عبدالعزيز السرحان

د. عبد الكريم الزياني

د. مي عبد الغني

أ.مناد بوشفرة سليمة

د. سيرين التيماني

د. ماجد نعمات الخضري

د. دبيش فاتح

أ. لينا غالي حوا

د. أنتصار رسمي موسى

د. ابتسام اسماعيل قادر ود. ريا عباس

أ. رشا ملحم وأ. رولا عوض

د. محمد صبري صالح

